

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

BARBARA LJEVAR

**ANALIZA MREŽNOG SJEDIŠTA GRADA
VODNJANA-DIGNANO**

Diplomski rad

Pula, 2017.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

BARBARA LJEVAR

**ANALIZA MREŽNOG SJEDIŠTA GRADA
VODNJANA-DIGNANO**

Diplomski rad

JMBAG: 368-ED, izvanredna studentica

Studijski smjer: Marketinško upravljanje

Predmet: e-Marketing

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Marketing

Mentor: Doc. dr. sc. Dražen Alerić

Pula, rujan 2017.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana **Barbara Ljevar**, kandidatkinja za magistra poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

U Puli, 28. rujna 2017. godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, **Barbara Ljevar** dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom **“Analiza mrežnog sjedišta Grada Vodnjana-Dignano”** koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 28. rujna 2017. godine

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. e-MARKETING	4
2.1. Elektroničko poslovanje – širi pojam	6
2.2. Internet marketing – uži pojam	8
2.2.1. WEB 1.0. vs. WEB 2.0. vs. WEB 3.0.	9
2.3. Mrežno sjedište (web-sjedište)	12
3. ANALIZA STARE MREŽNE STRANICE GRADA VODNJANA-DIGNANO	18
4. ANALIZA NOVE MREŽNE STRANICE GRADA VODNJANA-DIGNANO	26
5. USPOREDBA STARE I NOVE MREŽNE STRANICE GRADA VODNJANA-DIGNANO.....	41
6. KRITIČKI OSVRT I PRIJEDLOZI ZA POBOLJŠANJE	44
6.1. Korištenje Google Analytics	45
6.2. Istraživanje potreba i mišljenja korisnika	45
6.3. Izrada Newslettera	46
6.4. Korištenje dvosmjerne komunikacije	46
7. ZAKLJUČAK	48
LITERATURA	51
POPIS SLIKA	53
POPIS TABLICA	54

1. UVOD

U suvremenom svijetu broj novih korisnika Interneta vrtoglavo raste. I dok nekim korisnicima Internet služi samo kao izvor zabave, drugi ga koriste kako bi stjecali nova znanja, proširili svoj krug prijatelja ili došli do novih i zanimljivih informacija. Svakim se danom pojavljuju novi oblici korištenja Interneta kao što su društvene mreže, blogovi, glazbeni kanali, mobilne aplikacije, komentari na forumima, videopozivi putem skype-a, dijeljenje fotografija i sl. Posljednjih godina sve veći broj poduzeća nastoji iskoristiti potencijale koje im pruža Internet, pa putem njega promoviraju svoje mrežne stranice, oglašavaju proizvode i usluge, održavaju video konferencije sa poslovnim partnerima koji se nalaze na različitim kontinentima, dijele slike i tekstove o poduzeću na društvenim mrežama, organiziraju nagradne igre i potiču korisnike na dvosmjernu komunikaciju, prikupljaju informacije o korisnicima i njihovim navikama kupovanja koje im omogućuju prilagođavanje proizvoda i usluga svakom pojedinom korisniku. Sve ove i brojne druge aktivnosti su nastojanja poduzeća da na jeftin i brz način dođu do krajnjeg korisnika.

Internet je moćan marketinški alat koji poduzećima pruža mogućnost uspostavljanja i održavanja dugoročnih odnosa sa svojim korisnicima. Osim što su im dostupne sve potrebne informacije o proizvodima i/ili uslugama 24/7, oni svoju kupnju mogu obaviti u bilo koje doba dana ili noći i sa bilo koje lokacije, koristeći se osobnim računalom, laptopom, tabletom ili pametnim telefonom. Poduzeća mogu na temelju prikupljenih informacija o korisnicima i njihovim navikama kupovanja, osmisлити i pružiti svakom pojedinom korisniku personalizirani proizvod ili uslugu koji će ispuniti njihove specifične potrebe. Brza i jednostavna dvosmjerna komunikacija, te prikupljeni podaci o ponašanju korisnika na Internetu, omogućuju poduzećima reorganizaciju i razvijanje takvih proizvoda i usluga koji će im osigurati zadržavanje zadovoljnih korisnika.

Kvalitetne, privlačne i sadržajne mrežne stranice poduzeću pružaju mogućnost privlačenja i zadržavanja posjetitelja, te prikupljanja informacija koje su potrebne da bi se proizvod ili usluga mogli prilagoditi svakom pojedinom klijentu. Osmišljavanjem privlačnih mrežnih stranica poduzeća nastoje privući što veći broj posjetitelja, koji će na njima pronaći sve potrebne informacije, te se ponovno vratiti.

Na samom početku rada definirat će se opći pojmovi e-marketinga, elektroničkog poslovanja i Internet marketinga. U nastavku će se objasniti svrha i ciljevi mrežnog sjedišta, te koji su elementi bitni da bi mrežno sjedište bilo funkcionalno.

U nastavku rada će se prikazati analiza stare mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano, koje informacije se mogu pronaći na stranici i da li su one prilagođene ciljnoj skupini, da li je snalaženje po stranici jednostavno i koji su elementi upotrijebljeni prilikom oblikovanja stranice.

U sljedećem poglavlju će se prikazati analiza nove mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano. Biti će govora o sadržaju, strukturi i navigaciji mrežne stranice, te vizualnom identitetu i dizajnu. Objasniti će se i važnost prilagodbe nove mrežne stranice za korištenje na mobilnim telefonima, te koje su prednosti povezivanja stranice sa društvenim mrežama.

U poglavlju koje slijedi usporediti će se stara i nova mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano. Objasniti će se koje su razlike između nove i stare stranice, da li nova stranica olakšava posjetiteljima pretraživanje i pronalazak željene informacije, te koje im nove mogućnosti pruža.

U zadnjem poglavlju daje se kritički osvrt na novu mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano i navode se prijedlozi za njezino poboljšanje.

Cilj ovog rada je prikazati koja je uloga mrežnog sjedišta Grada Vodnjana-Dignano, kako Grad može koristiti svoju mrežnu stranicu za poboljšanje poslovanja i biti na usluzi svojim korisnicima, odnosno pružati im upravo onakve usluge kakve im i trebaju. Na koji se način Grad predstavlja svojim sadašnjim i potencijalnim korisnicima, te na koji način komunicira s njima i na koji način promovira svoje usluge, da li je i u kojoj mjeri uspješan u vođenju svojih mrežnih stranica, te postoji li mogućnost za njihovo poboljšanje.

Marketing u on-line okruženju zasniva se na uspostavljanju i održavanju odnosa sa korisnicima putem mreže. Poduzeća se u svom svakodnevnom poslovanju koriste novim tehnologijama i inovacijama, a sve sa ciljem ispunjavanja želja i potreba informatički obrazovanih korisnika. Poduzeća danas oglašavaju svoje proizvode i usluge na portalima, društvenim mrežama i mobilnim aplikacijama, komuniciraju sa svojim korisnicima putem mrežnih stranica, elektroničke pošte, Newslettera i društvenih mreža. Prate kretanje posjetitelja na mrežnim stranicama, te njihove navike u kupnji. Te sa svim prikupljenim

podacima i informacijama pažljivo postupaju, a sve kako bi svojim korisnicima pružili personalizirani proizvod ili uslugu.

U ovom radu će se prikazati analiza stare i nove mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano, te njihova usporedba. Pokušati će se objasniti koji sadržaj treba stavljati na mrežnu stranicu i kako bi ta stranica trebala izgledati da bi bila funkcionalna, da li bi Grad Vodnjan-Dignano trebao pružati samo osnovne informacije i usluge svojim korisnicima ili bi mogao primiti i povratne informacije, odnosno uspostaviti dvosmjernu komunikaciju sa svojim korisnicima. Na koji način može iskoristiti nove trendove (društvene mreže, mobilni telefoni) kako bi se još više približio svojim korisnicima i pružio im pravovremene i točne informacije, te brze i kvalitetne usluge.

2. e-MARKETING

Iznimno brzo širenje Interneta i njegove upotrebe, nameće poduzećima nova pravila ponašanja na tržištu kojima se moraju prilagoditi ili će u suprotnom nestati s tržišta. Promjene na tržištu i novi trendovi u poslovanju postaju dio svakodnevnice, kojima se mala i fleksibilna poduzeća, bez većih troškova mogu jednostavno i brzo prilagoditi. Cilj poduzeća je uočiti nove trendove i u svakodnevno poslovanje uvesti inovacije, kako bi koristeći se dostupnim informacijama i novim tehnologijama stvarali dodatnu vrijednost za kupce. Navedeni trendovi u poslovanju odnose se na: brzinu pružanja usluge, personalizaciju proizvoda i usluga, uvođenje inovacija, te fleksibilnu proizvodnju, kojima će se poduzeća morati prilagoditi ukoliko žele opstati na tržištu. Elektroničko poslovanje i digitalna ekonomija nameću nova pravila ponašanja i svijet u kojemu je jedini izvor diferencijacije način na koji poduzeća upravljaju informacijama.¹

Nove informacijske tehnologije su iz temelja promijenile prirodu marketinga. Klasične marketinške aktivnosti bile su usmjerene na prepoznavanje i zadovoljenje želja i potreba kupaca, te prodaju proizvoda i usluga na određenom geografskom području. Pojavom Interneta kupcima je omogućen izravan kontakt sa poduzećima, u bilo koje doba dana ili noći, te prikupljanje potrebnih informacija na temelju kojih mogu donijeti odluku o kupnji.

Tijekom druge polovice 20-og. st. klasični marketinški miks sastojao se od 4P: proizvoda (*product*), cijene (*price*), promocije (*promotion*) i distribucije (*place*). Poduzećima je bilo dovoljno proizvesti proizvod, odrediti mu cijenu, prevesti ga do prodajnog mjesta i platiti oglas u lokalnim novinama, izraditi letke ili zaljepiti plakate. S napretkom tehnologije, jačala je i konkurencija, kupci su postajali sve zahtjevniji i informiraniji, pa su poduzeća počela nuditi personalizirane proizvode i usluge. 4P se s vremenom razvio u 7P. Tri dodatna elementa uključivala su ljude (*people*), proces (*process*) i fizičko okruženje (*physical evidence*). Danas poduzeća koriste bezbrojne mogućnosti koje im pruža Internet, kako bi se uspješno povezivala sa svojim klijentima.

¹ Srića, V; Muller, J.: **Put k elektroničkom poslovanju**, Sinergija – nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2001., p. 53

Prema I. Mootee, autoru knjige "High Intensity Marketing", da bi poduzeća danas bila uspješna i održavala kvalitetne odnose sa svojim kupcima, trebala bi se fokusirati na model novih 4P:

- sudjelovanje (engl. participation),
- personalizacija (engl. personalization),
- modeliranje predviđanja (engl. predictive modeling)
- p2p zajednice (engl. peer-to-peer communities).²

Participacija znači da korisnici aktivno sudjeluju u raznim aktivnostima koje organizira poduzeće, to može biti sudjelovanje u nagradnim igrama, označavanje (tagiranje) prijatelja na društvenim mrežama, dijeljenje kratkih filmova o proizvodima i uslugama poduzeća i drugim on-line aktivnostima. Personalizacija se odnosi na nastojanja poduzeća da osmisli i proizvede upravo onakav proizvod ili uslugu koji će zadovoljiti želje i potrebe korisnika. Taj proces započinje prikupljanjem informacija o kupcu, praćenjem njegovog ponašanja, te prikupljanjem povratnih informacija od korisnika. Nakon što je poduzeće prikupilo određeni broj podataka o korisnicima, tada mu modeliranje predviđanja omogućuje da te podatke grupira i korisnike podijeli u ciljne segmente. P2P zajednice su virtualne zajednice koje spajaju korisnike iz cijelog svijeta kroz zajedničke interese. Korisnici se umrežavaju i razmjenjuju informacije o proizvodima i uslugama, te vlastitim iskustvima kupovine.³

Poduzećima Internet omogućuje lako pronalaženje novih kupaca, održavanje odnosa sa već postojećim kupcima, te pružanje personaliziranih informacija o proizvodima ili uslugama. Pojavom Interneta se marketinške aktivnosti premještaju u on-line okruženje, pa se danas poduzeća na svom putu prema ostvarenju ciljeva koriste novim digitalnim tehnologijama, kao što su osobna računala, tableti, pametni telefoni i sl.

Kada se govori o e-marketingu ili elektroničkom marketingu, tada se misli na ostvarivanje marketinških ciljeva kroz primjenu digitalnih tehnologija. E-marketing se definira kao proces izrade ponude, određivanja cijena, distribucije i promocije s ciljem

² Deans, P. Candace: *Social Software and Web 2.0. Technology Trends*, Chapter III: A Strategic Framework for Integrating Web 2.0. into the Marketing Mix, Information Science Reference, Hershey, New York, 2009., p. 29-30

³ Ružić, D.; Biloš, A.; Turkalj, D.: **E-marketing**, III. izmijenjeno i prošireno izdanje, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2014., p. 38

profitabilnog zadovoljenja želja i potreba kupaca uz intenzivno korištenje mogućnosti digitalne tehnologije.⁴ Digitalni marketing uključuje korištenje digitalne tehnologije koja kreira nove marketinške kanale, s ciljem potpore novim marketinškim aktivnostima koje su usmjerene na profitabilno osvajanje i zadržavanje kupaca.⁵ Internetski marketing se odnosi na onaj dio e-marketinga čije se aktivnosti oslanjaju isključivo na Internet i pripadajuće usluge, a može se definirati kao korištenje Interneta i drugih digitalnih tehnologija za ostvarenje marketinških ciljeva i kao podrška suvremenom marketinškom konceptu.⁶

Neovisno o tome kako ga nazivali; *on-line marketing*, *digitalni marketing*, *internetski marketing* ili jednostavno *e-marketing*, marketing koji koristi nove moderne tehnologije mora biti fleksibilan, kreativan i spreman na stalne promjene – kako bi u ovom užurbanom svijetu mogao pratiti nove trendove i digitalne tehnologije i prilagođavati se sve zahtjevnijim i istančanijim ukusima mladih i modernih korisnika.

2.1. Elektroničko poslovanje – širi pojam

Krajem 20.-og st. poslovni su svijet zahvatile velike promjene kao posljedica razvoja informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Zahvaljujući brojnim prednostima koje nude nove tehnologije, omogućeno je virtualno poslovanje, koje ne zahtijeva mnogo početnog kapitala i iziskuje tek minimalna ulaganja u informacijsku i komunikacijsku tehnologiju. Virtualno poslovanje omogućuje povećanje razine uspješnosti poslovanja, ostvarenje veće produktivnosti, te pozitivno utječe na kvalitetu rada samih zaposlenika.⁷

Pod pojmom elektroničkog poslovanja smatra se svaki onaj oblik organizacije poslovanja koji u izrazito velikoj mjeri ovisi o primjeni informatičke tehnologije i potpori informacijskih sustava.⁸ e-Poslovanje podrazumijeva suvremeni oblik organizacije poslovanja poduzeća koji se zasniva na intenzivnoj primjeni informacijske tehnologije i Interneta, pri obavljanju svih

⁴ ibidem, p. 39

⁵ loc. cit.

⁶ Previšić, J.; Ozretić Došen, Đ.: **Marketing**, II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Adverta, Zagreb, 2004., p. 494

⁷ Kolaković, M.: **Virtualna ekonomija**, Strategija d.o.o., Zagreb, 2010., p. 1

⁸ Panian, Ž.: **Elektroničko trgovanje**, Sinergija – nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2000., p. 3

ključnih poslovnih funkcija.⁹ Elektroničko poslovanje povećava brzinu i jednostavnost obavljanja poslovnih transakcija, što rezultira pojačanom konkurencijom na tržištu. Poduzeća se moraju stalno prilagođavati novim tehnologijama, integrirati nove i brže sustave, te zadovoljavati potrebe korisnika iz cijelog svijeta.¹⁰

e-Trgovina i e-Poslovanje su relativno noviji pojmovi, a počinju se upotrebljavati tek sredinom 20.-og st. kada je američka vojska zbog nemogućnosti transporta papirnih dokumenata, organizirala opskrbu i izvršila narudžbu robe putem telefona.¹¹ Dvadesetak godina kasnije industrije širom svijeta počele su prihvaćati elektroničku razmjenu podataka, čijom se primjenom ubrzala razmjena informacija unutar poduzeća, ali i među poslovnim partnerima. Elektroničko poslovanje omogućilo je snažnu programsku potporu, proširenje poslovnih sustava, sigurnost informacija koje se razmjenjuju i zaštitu podataka, te kontinuirani rad i potporu korisnicima.

Pojam elektroničkog poslovanja često se pogrešno poistovjećuje i upotrebljava kao sinonim pojma elektroničkog trgovanja. Elektroničko trgovanje uključuje razmjenu dobara i usluga između kupaca, dobavljača, poslovnih partnera i prodavatelja, dok elektroničko poslovanje čine svi ti elementi, ali i operacije koje se obavljaju unutar samog poduzeća.¹²

Novi modeli poslovanja, temeljeni na mrežama, daju novi ključ za uspješnost u tržišnom nadmetanju i stvaranju bogatstva. Ključ tržišnog nadmetanja u digitalnoj ekonomiji je u inoviranju modela poslovanja koji iskorištava snagu Interneta i novih tehnologija. e-Poslovanje mijenja oblike tržišnog nadmetanja, dinamiku odnosa s kupcima, brzinu realizacije poslova i prirodu vodstva. Poduzeća moraju razviti snažnu infrastrukturu za e-Poslovanje, okrenutu stalnom unapređivanju usluga i traženju inovacija u poslovanju.

⁹ Panian, Ž.: **Odnosi s klijentima u E-poslovanju**, Sinergija – nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2003., p. 45

¹⁰ Panian, Ž.: **Izazovi elektroničkog poslovanja**, Narodne novine d.d., Zagreb, 2002., p. 71

¹¹ Ružić, D.: **Marketinške mogućnosti Interneta: e-commerce, e-advertising**, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2000., p. 5

¹² Panian, Ž.: **Odnosi s klijentima u E-poslovanju**, op. cit., p. 45

e-Poslovanje uključuje sve procese i aplikacije koje poduzeću omogućuju obavljanje poslovnih transakcija. Dakle, e-Poslovanje nije samo pitanje realizacije transakcija e-Trgovanja ili kupovanja i prodavanja putem Web-a; ono predstavlja cjelovitu strategiju redefiniranja starih poslovnih modela, uz pomoć tehnologije, a sa ciljem osiguranja najvećih dobrobiti za kupca i maksimalnog profita. E-Poslovanje znači put do profitabilnosti.¹³

2.2. Internet marketing – uži pojam

Internet je najveća svjetska računalna mreža i moćno sredstvo za komunikaciju, čiji počeci sežu u šezdesete godine 20.-og st. kada je ministarstvo obrane SAD-a pokrenulo projekt sigurne komunikacijske mreže. Ideja je bila da se komunikacija nastavi, čak i u slučaju oštećenja dijela mreže. Nakon američke vojske Internet su uglavnom koristili znanstvenici za povezivanje američkih sveučilišta sa superračunalima i bazama podataka.¹⁴ Potpuna komercijalizacija Interneta započinje devedesetih godina kada postaje dostupan svim slojevima društva. Danas Internet omogućuje korisnicima brz pristup informacijama u cijelom svijetu, prijenos dokumenata uz minimalne troškove, otvorenost informacija, kreiranje baze klijenata, te savjete i pomoć stručnjaka.

Internet je javno dostupna globalna podatkovna mreža, koja međusobno povezuje računala i računalne mreže putem internetskog protokola (IP) i omogućuje komunikaciju, odnosno pronalazak, upravljanje i dijeljenje informacija.¹⁵ Internet obuhvaća ogromnu količinu informacijskih resursa i usluga, među kojima su najznačajniji WWW i e-pošta.

Internetski servis World Wide Web omogućuje korisnicima razmjenu informacija, a označava "paučinu" isprepletenu po cijelom svijetu. Zasniva se na sustavu elektroničkih dokumenata koji su međusobno umreženi poveznicama (linkovima). WWW se sastoji od ukupnosti javno dostupnih web sjedišta i pripadajućih web stranica.¹⁶

¹³ Kalakota, R.; Robinson, M.: **e-Poslovanje 2.0. – vodič ka uspjehu**, Mate d.o.o., Zagreb, 2002., p. 5

¹⁴ Ružić, D.: **Marketinške mogućnosti Interneta: e-commerce, e-advertising**, op. cit., p. 20

¹⁵ Ružić, D.; Biloš, A.; Turkalj, D.: **E-marketing**, op. cit., p. 50

¹⁶ ibidem, p. 69

Elektronička pošta jedna je od najstarijih internetskih usluga, a zamjenjuje klasičnu poštu. U svom najjednostavnijem obliku e-mail je elektronička tekstualna poruka poslana s jednog računala na drugo, a može sadržavati priloge poput slika ili dokumenata oblikovanih u drugim računalnim aplikacijama.¹⁷ Poduzećima je elektronička pošta veoma važna jer im pruža učinkovit način komuniciranja s kupcima i poslovnim partnerima, te brzu povratnu informaciju.

Razvoj Interneta je promijenio način na koji poduzeća upravljaju svojim poslovanjem, a njegove funkcije su olakšale komunikaciju sa kupcima i razmjenu informacija. Komunikacijska funkcija Interneta, odnosno e-mail, omogućila je razmjenu poruka i podataka korištenjem računala i telefonskih priključaka. Informacijske platforme omogućile su sortiranje, pregledavanje i neprestano cirkuliranje velikog broja informacija, dok je marketinška funkcija Interneta poduzećima pružila neograničenu i jeftinu mogućnost globalne promocije svojih proizvoda i usluga.¹⁸

2.2.1. WEB 1.0. vs. WEB 2.0 vs. WEB 3.0

Kada je britanski inženjer i znanstvenik Sir Tim Berners-Lee 1989. godine napisao prijedlog koncepta World Wide Weba¹⁹, stvorio je internetski servis bez kojeg bi danas osobni i poslovni život nekog pojedinca bio nezamisliv. Funkcija Weba 1.0 bila je informiranje korisnika. Posjetitelji su mogli pretraživati mrežne stranice koje su bile statične, čitati unaprijed uređeni sadržaj i pregledavati oglase koji su se pojavljivali na stranicama u obliku banneri. U fokusu je bilo poduzeće, koje je svoj vlastiti sadržaj objavljivalo na vlastitim mrežnim stranicama i putem brojača posjeta dobivalo informacije o tome koliko je posjetitelja pristupilo njihovoj mrežnoj stranici.

¹⁷ ibidem, p. 71

¹⁸ Kolaković, M.: **Virtualna ekonomija**, op. cit., p. 44-45

¹⁹ Ružić, D.; Biloš, A.; Turkalj, D.: **E-marketing**, op. cit., p. 68

Razvojem Interneta, te informacijske i komunikacijske tehnologije omogućen je novi način stvaranja i korištenja informacijskog prostora Weba. Stvoren je novi koncept koji obuhvaća niz promjena u odnosu na stari Web prostor, odnosno Web 1.0.

Web 2.0. je poslovna revolucija u računalnoj industriji koja tretira mrežu kao platformu i postavlja nova pravila uspjeha na toj platformi.²⁰ Za razliku od ranijeg pristupa instaliranja softverskih aplikacija na lokalnom računalu, Web 2.0. omogućio je spremanje i korištenje softvera i podataka u on-line okruženju. Sadržaj na mrežnim stranicama je postao dinamički, što znači da se prilagođava potrebama korisnika. Razvoj društvenih mreža i on-line zajednica omogućio je korisnicima da sami stvaraju informacije, dijele vlastiti sadržaj, komentiraju, ocjenjuju, razmjenjuju iskustva sa ostalim korisnicima na mreži i pružaju povratne informacije poduzećima o vlastitim iskustvima korištenja nekog proizvoda ili usluge.

I dok je Web 1.0 pružio korisnicima korištenje računala i pasivno pretraživanje mrežnih stranica, Web 2.0 alati omogućili su posjetiteljima novi način stvaranja i korištenja informacija. Danas korisnici internetskih servisa aktivno sudjeluju u kreiranju sadržaja i dijeljenju informacija. Web 2.0 je stvorio dodanu vrijednost za poduzeća i korisnike. Oni se povezuju putem društvenih mreža, objavljuju, komentiraju i dijele vlastiti sadržaj. U usporedbi sa statičnim stranicama Weba 1.0, alati Weba 2.0 omogućuju korisnicima potpunu slobodu u odlučivanju koji će sadržaj i u kojem obliku objavljivati i dijeliti.

²⁰ ibidem, p. 83

Tablica br. 1.: Usporedba Web 1.0, Web 2.0 i Web 3.0. alata

WEB 1.0	WEB 2.0	WEB 3.0
Statična mrežna stranica	Dinamička mrežna stranica	Semantička mrežna stranica
Mrežne stranice	Web aplikacije	Pametne aplikacije
Čitanje	Čitanje i pisanje	Personalizacija informacija
Poduzeće	Zajednica	Pojedinac
Pretraga	Društveno umrežavanje	Pronalaženje specificiranih podataka
Osobne stranice	Blogovi / Wikiji	Lifestream / Waves
Vlastiti sadržaj	Dijeljenje sadržaja	Uređivanje sadržaja
Brojač posjeta	Plaćanje po kliku	Angažman korisnika
Banneri	Interaktivno oglašavanje	Prilagođeni oglasi
Adresar	Taggiranje (označavanje)	Ponašanje korisnika

*Izvor: Prilagođeno prema: Ružić, D.; Biloš, A.; Turkalj, D.: **E-marketing**, III. izmijenjeno i prošireno izdanje, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2014., p. 122*

Danas se gotovo svakodnevno pojavljuju nove mogućnosti koje Internet pruža svojim korisnicima i razvijaju se novi alati koji olakšavaju njegovo korištenje. 90-ih godina 20.-og. stoljeća Web 1.0. predstavljao je pravu revoluciju koja je omogućavala poduzećima da promoviraju svoje proizvode i usluge i privuku nove posjetitelje na svoje statične mrežne stranice. Danas je korisnik u centru zbivanja. Web 2.0. omogućio je umrežavanje, pretraživanje, povezivanje, označavanje (tagiranje) i pružanje novog korisničkog iskustva kroz stvaranje vlastitog sadržaja i njegovog objavljivanja na društvenim mrežama. U tablici br. 1. prikazana je usporedba osnovnih karakteristika Web 1.0, Web 2.0 i Web 3.0. alata.

Sa stalnim razvojem mobilnih tehnologija Web 3.0. će u budućnosti omogućiti potpunu integraciju mobilne i stalno dostupne internetske tehnologije sa svakodnevnim aktivnostima korisnika.²¹ Web 3.0. će značajno povećati upotrebu web i mobilnih aplikacija, korisnici više neće stvarati samo pisani ili slikovni sadržaj, nego će objavljivati i dijeliti vlastite video sadržaje. Web 3.0. će korisnicima omogućiti iskustvo virtualne stvarnosti i razvoj semantičkog web prostora. Semantički web će razmišljati kao njegov korisnik i biti

²¹ ibidem, p. 85

svojevrsan osobni pomoćnik, a za ostvarenje takve budućnosti potreban je značajniji razvoj umjetne inteligencije koja će kroz različite aplikacije pomagati svojim korisnicima.²²

2.3. Mrežno sjedište (web-sjedište)

Milijuni poduzeća diljem svijeta koriste se svojim mrežnim stranicama kako bi se približili svojim korisnicima i komunicirali s njima. "Web-sjedište u svom najizvornijem obliku možemo definirati kao skup međusobno povezanih web-stranica koje čine jednu cjelinu i smještene su u okviru jedne internetske domene na web-poslužitelju."²³ Često se u svakodnevnom govoru pojmovi web-sjedište i web-stranica koriste kao sinonimi, iako je to pogrešno jer se jedno web-sjedište sastoji od jedne ili više web-stranica.

Prema namjeni web-sjedišta možemo podijeliti u 4 kategorije:

- osobna web-sjedišta
- komercijalna web-sjedišta
- web sjedišta vlade i vladinih organizacija
- web-sjedišta neprofitnih organizacija.²⁴

Osobne mrežne stranice izrađuju i održavaju fizičke osobe koje na taj način promoviraju svoje interese, prodaju svoje proizvode, oglašavaju ih i komuniciraju sa ostalim pojedincima ili skupinama korisnika. Brojna poduzeća izrađuju i održavaju komercijalne mrežne stranice, te putem njih ostvaruju svoje poslovne ciljeve; pružaju informacije korisnicima o svojim proizvodima i uslugama, proučavanju ponašanje korisnika i njihovo kretanje po stranici, prikupljaju podatke o korisnicima, kao i povratne informacije o proizvodima i uslugama, ali i o zadovoljstvu korisnika, te putem e-trgovine prodaju svoje proizvode i usluge.

²² ibidem, p. 121

²³ Ružić, D.; Biloš, A.; Turkalj, D.: **E-marketing**, op. cit., p. 136

²⁴ loc. cit.

Mrežne stranice vlade i vladinih institucija se razlikuju od osobnih i komercijalnih mrežnih stranica po tome jer njihov cilj nije privlačenje velikog broja posjetitelja, niti ostvarivanje profita. Njihova je svrha pružanje informacija i komunikacija s građanima. Neprofitne i nevladine organizacije, te različite udruge koriste svoje mrežne stranice kako bi pružale zainteresiranoj javnosti informacije o brojnim projektima i aktivnostima koje provode, te kako bi na taj način privukle veliki broj posjetitelja i potencijalnih novih članova, ali i kako bi putem stranice širile svoje stavove i poruke o određenim temama.

Prema interaktivnosti sa posjetiteljima web-sjedišta možemo podijeliti u 2 kategorije:

- statička web-sjedišta
- dinamička web-sjedišta.²⁵

S počecima razvoja Interneta razvijane su statične mrežne stranice, koje su bile izrađene u obliku internetskih brošura, a čiji je cilj bio pružanje informacija korisnicima. S razvojem Web 2.0. alata i novih tehnologija počele su se razvijati dinamičke mrežne stranice koje imaju veliku mogućnost prilagodbe krajnjim korisnicima i njihovim potrebama.

Statične mrežne stranice su jednostavnije za upotrebu, odlikuje ih brza izrada i jeftinije su od dinamičkih. Sadržaj na mrežnoj stranici i dizajn su fiksni, nema interakcije sa korisnicima, a sva aktivnost posjetitelja mrežne stranice se svodi na pregledavanje sadržaja. Statične mrežne stranice su pogodne za manje zahtjevne web stranice, sa manje podataka i tamo gdje interakcija sa korisnicima nije potrebna.

Izrada i optimizacija dinamičkih mrežnih stranica je složenija i skuplja od statičnih, ali ih odlikuje jednostavno i brzo ažuriranje. Poduzeća mogu vrlo brzo i jednostavno mijenjati sadržaj i dizajn na svojim mrežnim stranicama, bez ikakvog posebnog predznanja. Dinamičke mrežne stranice omogućuju poduzećima interakciju sa korisnicima, te prikupljaju podatke o posjetiteljima i njihovom kretanju po stranici. Omogućeno je lako i brzo pronalaženje i sortiranje podataka, a prikupljeni podaci se pohranjuju u bazu podataka. Budućnost upravljanja web sadržajem je u kombiniranju novih alata i tehnologija, a sve u skladu s trendovima razvoja internetskog prostora i potrebama poduzeća i krajnjih korisnika.

²⁵ Košak, B.; Tomiša, M.; Čačić, M.: "Statičko i dinamičko upravljanje web sadržajem", *Tehnički glasnik* 9, 1 (2015), p. 77-83

Prilagodba mrežnih stranica potrebama posjetitelja i korištenje društvenih mreža i novih tehnologija u svakodnevnom poslovanju omogućuju poduzećima približavanje krajnjim korisnicima i uspješno ostvarivanje poslovnih ciljeva.

Svaka poslovno orijentirana mrežna stranica trebala bi ispunjavati određene zadaće:

- privlačenje posjetitelja na mrežnu stranicu
- zadržavanje posjetitelja na mrežnoj stranici
- privlačenje posjetitelja na ponovni posjet prethodno posjećene mrežne stranice
- zaključivanje posla
- postprodajne usluge i servis.²⁶

Osnovna svrha svakog web sjedišta je oglašavanje proizvoda i usluga, promocija poslovnih aktivnosti, te pružanje informacija. Posjećenost mrežne stranice nekog poduzeća je nužan preduvjet za njihovu uspješnost, stoga mrežne stranice nemaju nikakav smisao bez posjetitelja i interakcije sa krajnjim korisnicima. Ipak treba imati na umu da nisu svi posjeti jednaki, te da jedan ciljani posjet web sjedištu može donijeti poduzeću više koristi od stotinu slučajnih.

Web sjedišta poduzeća stvaraju sa određenim ciljevima, koji mogu biti veoma različiti, a mogu uključivati:

- prodaju proizvoda ili usluga
- stvaranje marke proizvoda ili usluga
- promociju proizvoda ili usluga
- pružanje informacija
- dvosmjernu komunikaciju s ciljnim skupinama
- unapređenje prodaje i sl.²⁷

Sadržaj je najznačajnija sastavnica svakog web sjedišta i razlog zbog kojeg posjetitelji dolaze na mrežnu stranicu. Kako bi privukli posjetitelje na mrežnu stranicu potrebno im je ponuditi zanimljiv sadržaj koji će biti prikazan u jednostavnoj formi, sadržavati jasnu poruku i nuditi točne i ažurne informacije.

²⁶ Ružić, D.; Biloš, A.; Turkalj, D.: **E-marketing**, op. cit., p. 137

²⁷ ibidem, p. 138

Velika količina sadržaja dijeli se na logične cjeline i podcjeline, te se na taj način stvara struktura web sjedišta. Dobro isplanirana struktura i jasna hijerarhija pružiti će posjetiteljima pozitivno korisničko iskustvo i omogućiti jednostavno pretraživanje sadržaja i kretanje po mrežnoj stranici. Loša struktura mrežne stranice dovesti će do toga da se posjetitelji ne snalaze u velikom broju nepovezanih informacija.

Navigacijski sustav mrežne stranice olakšava posjetiteljima snalaženje i pronalazak tražene informacije. Mora biti jasan tako da ga svi razumiju, jednostavan za korištenje i u svakom trenutku dostupan. Posjetitelji mrežne stranice koriste navigacijski sustav kako bi se kretali kroz sadržaj i prelazili s jedne stranice na drugu. Izgled pojedine web stranice mora osiguravati lako snalaženje i dolazak do željene informacije. Tekstovi na mrežnoj stranici trebaju biti kratki, jasni i informativni. Najvažnije informacije treba postaviti na sam vrh stranice, kako bi ih posjetitelji mrežne stranice uočili i zainteresirali se za nastavak čitanja i istraživanja web sjedišta.

Kvalitetne mrežne stranice trebaju sadržavati nekoliko važnih elemenata. To su naziv odnosno ime web sjedišta i logotip, koji se nalaze u zaglavlju i pomoću kojih posjetitelji mogu identificirati određeno web sjedište. Zatim glavni izbornik i podizbornike pomoću kojih se posjetitelji kreću po mrežnoj stranici, te podnožje s naznakom osnovnih informacija o mrežnoj stranici.

Naslovna stranica predstavlja bit, odnosno sažetak mrežnog sjedišta. Ona je početna točka sa koje se korisnici kreću po stranici, a njezin je cilj privući posjetitelje i zainteresirati ih za daljnje istraživanje i pregledavanje web sjedišta.

Vizualni identitet i dizajn web sjedišta su prvo što posjetitelji primijete na stranici. Oni ukazuju na osnovnu funkciju i ciljeve web sjedišta, a sastoje se od nekoliko elemenata kojima se prilikom osmišljavanja mrežne stranice pridaje velika pažnja. Obuhvaćaju grafičke elemente, boju stil, raspored i tipografiju.

Posjetitelji rado koriste one mrežne stranice koje su prikladne i jednostavne za upotrebu. Struktura treba biti takva da omogućava brzo pregledavanje i pretraživanje web sjedišta, a sadržaj treba biti kratak i sadržavati jasne informacije. Visoka razina upotrebljivosti

web sjedišta osigurati će mogućnost ostvarivanja poslovnih ciljeva poduzeća i pozitivno korisničko iskustvo posjetitelja.

Slika br. 1.: Primjer responzivnog dizajna web-sjedišta



Izvor: <http://www.oditeksolutions.com/skills/responsive-web-design/> (18.09.2017.)

S porastom popularnosti i sve veće uporabe mobilnih uređaja, javila se i potreba prilagođavanja mrežnih stranica malim zaslonima mobilnih telefona. S razvojem novih tehnologija, a posebno sve većim korištenjem pametnih telefona i tableta razvio se i novi dizajnerski pristup. Responzivni dizajn je reagirajući dizajn mrežnog sjedišta koji prilagođava sadržaj mrežnih stranica zaslonima mobilnih uređaja.

Slika broj 1. prikazuje primjer responzivnog dizajna mrežnog sjedišta na zaslonima različitih uređaja, od osobnih računala i tableta do mobilnih telefona. Sadržaj mrežne stranice se na taj način optimizira i prilagođava veličini zaslona na kojem se prikazuje, a korisnik pritom dobiva isto korisničko iskustvo kada sadržaj pregledava na velikom zaslonu osobnog računala ili na malom zaslonu pametnog telefona.

Ono što svako poduzeće želi je da njegova mrežna stranica bude lako dostupna, prepoznatljiva i jednostavna za korištenje velikom broju posjetitelja, te da se ističe među milijunima sličnih mrežnih stranica na Internetu.

3. ANALIZA STARE MREŽNE STRANICE GRADA VODNJANA-DIGNANO

U svakom društvu postoje pojedinci i organizacije koje pomažu da društvo postane zajednica odgovornih pojedinaca orijentiranih prema osobnom i obiteljskom napretku, ali i napretku zajednice kojoj pripadaju. Organizacije koje nastoje ostvarivati neki određeni javni interes, ali im osnovna svrha postojanja nije ostvarivanje profita smatraju se neprofitnim organizacijama.²⁸ Marketing neprofitnih organizacija je skup aktivnosti kojima se osmišljava i pospješuje planiranje, provedba, distribucija i komuniciranje djelovanja organizacija koje ostvaruju neki određeni javni interes, ali im osnovna svrha postojanja nije ostvarivanje profita.²⁹

Svako produktivno i stabilno društvo sastoji se od tri međusobno usklađena sektora. To su profitni sektor koji se sastoji od poslovnog sektora, odnosno poduzeća koja ostvaruju profit; zatim neprofitni sektor koji uključuje civilno društvo u kojem se ljudi udružuju radi promicanja zajedničkih interesa; te javni sektor koji obuhvaća javnu upravu i institucije.³⁰

Javna se uprava definira kao tijelo koje ima političke ovlasti i sredstva potrebna za zadovoljavanje općih interesa, a čija je krajnja svrha promicanje općeg dobra.³¹ Pojam javne uprave nije ograničen samo na državnu upravu, nego obuhvaća i regionalnu i lokalnu samoupravu, te javna poduzeća; a odnosi se na sve procese, organizacije i pojedince na službenim položajima koji provode zakone i druge propise.³²

Jedinice lokalne samouprave su općine i gradovi, a jedinice područne (regionalne) samouprave su županije. Područje njihovog djelovanja propisano je Ustavom, zakonom i drugim podzakonskim aktima. Jedinice lokalne samouprave obavljaju poslove iz lokalnog djelokruga kojima se neposredno ostvaruju potrebe građana, a odnose se na uređenje naselja,

²⁸ Previšić, J.; Ozretić Došen, Đ.: **Marketing**, op. cit., p. 469

²⁹ Pavičić, J.: **Strategija marketinga neprofitnih organizacija**, Masmedia d.o.o., Zagreb, 2003., p. 31

³⁰ Alfrević, N. et al: **Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija**, Školska knjiga d.d. i Institut za inovacije, Zagreb, 2013., p. 29 i 30

³¹ Perko Šeparović, I.: **Izazovi javnog menadžmenta – dileme javne uprave**, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2006., p. 11

³² ibidem, p. 13

prostorno i urbanističko planiranje, komunalne djelatnosti, brigu o djeci, socijalnu skrb, primarnu zdravstvenu zaštitu, odgoj i osnovno obrazovanje, kulturu i sport, zaštitu potrošača, te zaštitu okoliša i civilnu i protupožarnu zaštitu.³³

Grad je jedinica lokalne samouprave u kojoj je sjedište županije, te svako mjesto koje ima više od 10.000 stanovnika, a predstavlja: urbanu, povijesnu, prirodnu, gospodarsku i društvenu cjelinu. Iznimno, gradom se može proglasiti i mjesto koje ne zadovoljava uvjet o potrebnim broju stanovnika, ako za to postoje posebni razlozi: povijesni, gospodarski i geoprometni.³⁴

Prema "*Vodnjanskom Statutu – Statuto di Dignano MCDXCII*" iz 1492. godine, prvi pisani spomen Vodnjana nalazimo u starim crkvenim zapisima iz 1150. godine kao *Vicus Atinianus*.³⁵ Zatim se 15. studenog 1194. godine u ispravi o završetku spora između biskupa i porečke komune spominje *Poponis de Adignano*.³⁶ Neki autori smatraju da bi prvu pojavu imena toga lokaliteta trebalo tražiti u dubljoj prošlosti.

Danas je Vodnjan-Dignano mali gradić na jugozapadu Istre na čijem se području njeguju stare tradicije i čiji se stanovnici i danas bave poljoprivredom, naročito maslinarstvom i vinogradarstvom. Osim po vrhunskim vinima i maslinovim uljima, Vodnjan-Dignano je poznat i po svojoj kulturnoj baštini, očuvanoj staroj gradskoj jezgri sa malim vijugavim uličicama i velebnim palačama. Tu su i brojne crkve i crkvice, te gradski muzej za vrijednim slikama i izlošcima, a šire područje Vodnjana-Dignano krasi brojni kašuni. To su male poljske kućice koje su nekada štatile poljoprivrednike od kiše, a danas predstavljaju jedan od prepoznatljivih simbola Grada Vodnjana-Dignano i cijele Istre.

³³ *Ustav Republike Hrvatske (pročišćeni tekst) (NN 44/01)*, Članak 134., Dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001_05_41_705.html (05.08.2017.)

³⁴ *Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi (NN 33/01)*, Članak 5., Dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001_04_33_569.html (05.08.2017.)

³⁵ Lonza, N.; Jelinčić, J.: *Vodnjanski Statut – Statuto di Dignano MCDXCII*, Kolana od Statuti, knjiga II., Grad Vodnjan-Dignano i Državni arhiv u Pazinu, Denona d.o.o., Zagreb, 2010., p. 38

³⁶ loc. cit.

Mrežne stranice su, uz brojne internetske servise i aplikacije, nositelji marketinških aktivnosti na Internetu i osnovni element nazočnosti na mreži, te početna točka svih poslovno orijentiranih internetskih aktivnosti. Mrežne stranice Grada kao jedinice lokalne samouprave olakšavaju uspostavljanje kratkoročnih i dugoročnih odnosa sa građanima, kao i mogućnost pružanja usluga i informacija posjetiteljima mrežne stranice.

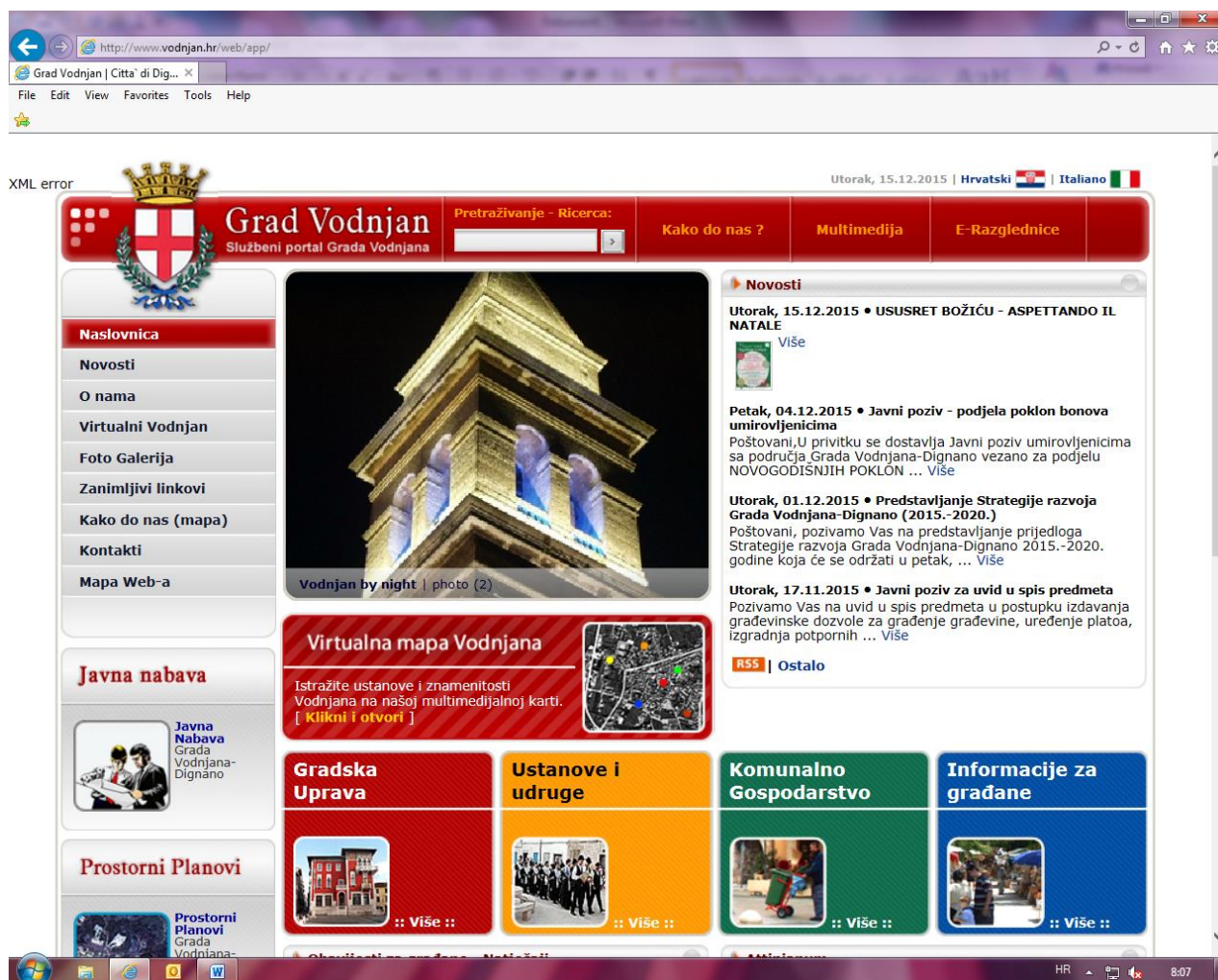
Na domeni www.vodnjan.hr nalazi se službena mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano. Slika broj 2. prikazuje izgled mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine.

Na početnoj stranici prevladavaju četiri boje: tamno crvena, zlatno-žuta, maslinasto zelena i plava. To su boje koje se nalaze na povijesnom grbu i zastavi Grada Vodnjana-Dignano. Grb Grada Vodnjana-Dignano koji se nalazi u lijevom gornjem uglu na početnoj web stranici Grada Vodnjana-Dignano je povijesni grb Vodnjana, a čini ga šiljati štit s crvenim križem u bijelom polju iznad kojega stoji "gradska kruna". Okružen je maslinovom i hrastovom grančicom povezanima plavom vrpcom, sukladno povijesnim izvorima i pravilima heraldike.³⁷

Boje koje su korištene na mrežnoj stranici iz 2015. godine su upravo one boje koje se nalaze na povijesnom grbu i zastavi Grada Vodnjana-Dignano. Razlog zbog kojeg su odabrane bio je dodatno istaknuti višestoljetnu tradiciju malog gradića sa bogatom prošlošću.

³⁷ Statut Grada Vodnjana-Dignano, ("Službene novine Grada Vodnjana-Dignano", broj 02/09 i 02/10), Članak 4., Dostupno na: <http://www.vodnjan.hr/cmsmedia/dokumenti/gradska%20uprava-dokumenti/statut/statut%20grada%20vodnjana%20-%20citta'%20di%20dignano.pdf> (01.10.2016.)

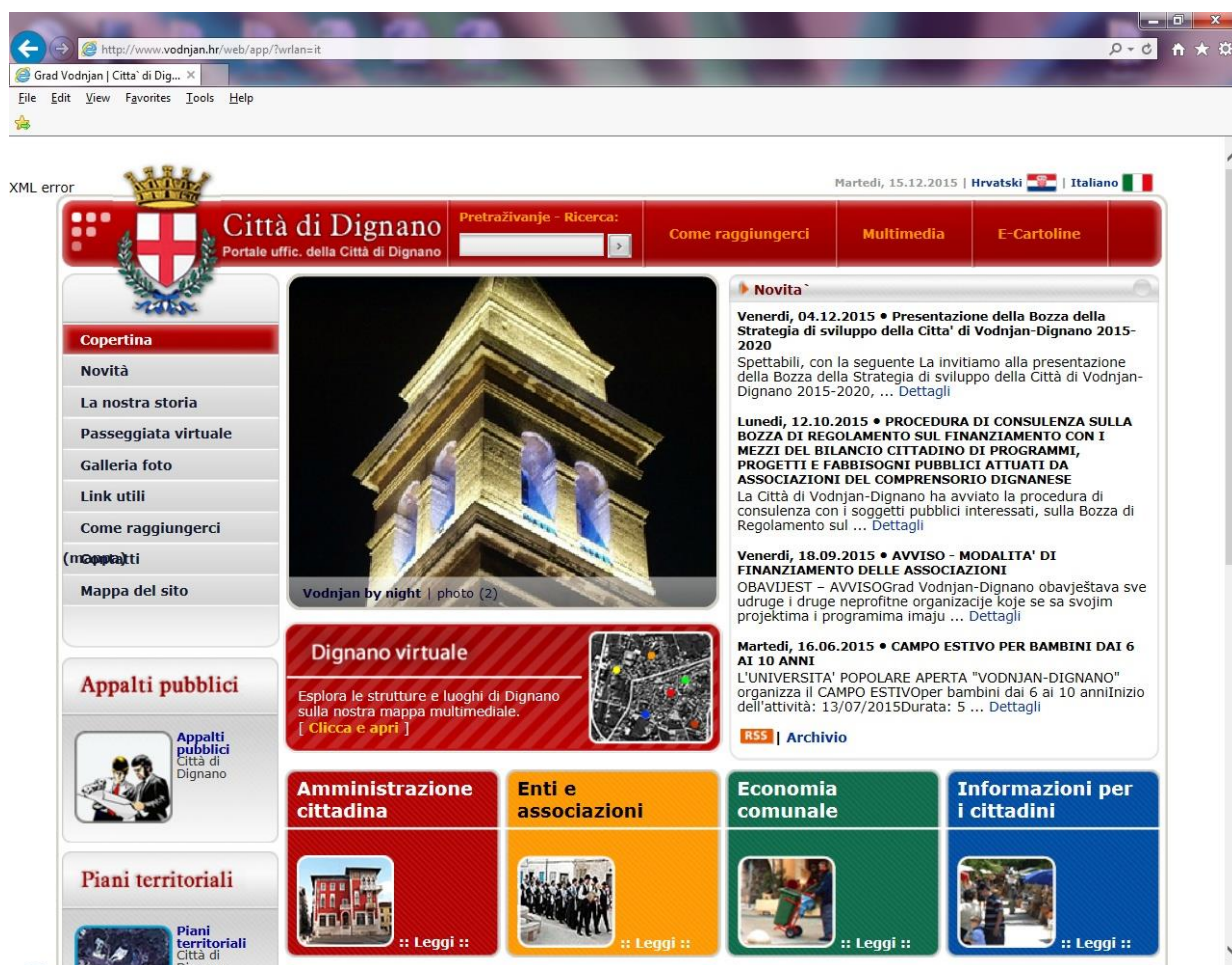
Slika br. 2.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine



Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (15.12.2015.)

Na početnoj mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano, kod koje se stvara prvi dojam posjetitelja, na njezinom središnjem dijelu smještena je galerija u kojoj se svakih pet sekundi izmjenjuju fotografije koje prikazuju simbole Grada. To su: zvonik crkve Sv. Blaža, Gradska palača smještena na glavnom gradskom trgu, vodnjanski suhozidi i kašuni, maslinici i vinogradi, palača Bettica, ostaci arheoloških iskopina i ostale fotografije koje prikazuju Vodnjan, a sve sa ciljem približavanja krajnjem korisniku i stvaranja emocionalnih asocijacija u glavama posjetitelja.

Slika br. 3.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine (na talijanskom jeziku)



Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (15.12.2015.)

Slika broj 3. prikazuje mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine na talijanskom jeziku. Svi elementi mrežne stranice su potpuno jednaki stranicima na hrvatskom jeziku.

Na početnoj stranici uz galeriju slika nalaze se i statični elementi, podijeljeni u nekoliko podstranica, a to su: gradska uprava, ustanove i udruge, komunalno gospodarstvo, informacije za građane, novosti, natječaji i virtualna mapa Vodnjana.

Posjetitelji su odabirom poglavlja o gradskoj upravi mogli dobiti sve potrebne informacije o gradonačelniku, gradskom vijeću, njegovom djelokrugu rada kao i informacije o izabranim članovima tog tijela bez nekog posebnog vizualnog i komunikacijskog prikaza istih. Zatim Savjetu mladih Grada Vodnjana-Dignano gdje je posjetiteljima bio dostupan popis svih izabranih članova Savjeta mladih Grada Vodnjana-Dignano a postojale su i poveznice koje su vodile na pojedine Odluke i Zakone kojima se korisnicima na jednostavan način omogućavalo da se dodatno informiraju o navedenom području ukoliko to žele.

U istoj kategoriji gradske uprave i njenog ustroja posjetiteljima je bilo dostupno i niz informacija, o radnom vremenu uprave, brojevima službenih kontakt telefona i elektroničke pošte, kraći opis svih ustrojstvenih tijela, popis djelatnika i sl. Također korisnicima stranice se pružala mogućnost informiranja o Statutu Grada Vodnjana-Dignano, Strategiji razvoja Grada Vodnjana-Dignano od 2007. do 2012. godine, proračunu, službenim novinama, javnoj nabavi i drugim područjima jednostavnim klikom na dokumente koji su bili dostupni i prilagođeni u pdf. formatu za čitanje.

Ukoliko su se korisnici stranice željeli informirati o ustanovama i udrugama na području Grada Vodnjana-Dignano to su mogli učiniti jednostavnim klikom na pojedinu poveznicu neke od dostupnih udruga ili ustanova. Na poveznicama Osnovne škole Vodnjan-Dignano, Zajednice Talijana Vodnjan-Dignano, Turističke zajednice Grada Vodnjana-Dignano i Dječjeg vrtića Petar Pan nalazio se kraći opis djelovanja istih s osnovnim informacijama.

Svi korisnici stranice koji su željeli doći do određenih informacija iz područja komunalnog gospodarstva to su mogli učiniti jednostavnim klikom na istoimeno područje, gdje se nalazio niz pojašnjenja, te raznih dokumenata i zakonskih odluka iz područja poljoprivrednog zemljišta, komunalne naknade, spomeničke rente, komunalnog doprinosa, poduzetničkih zona, sakupljanja komunalnog otpada i sl.

Također, na starim mrežnim stranicama posjetitelji su mogli saznati i niz drugih popratnih informacija a sve to jednostavnim klikom na poveznicu informacije za građane.

U navedenoj kategoriji nalazile su se informacije o kulturnim manifestacijama, socijalnoj skrbi, prostornim planovima, mjestu i vremenu održavanja sajma, te trenutnom vremenu na pojedinim mjernim postajama u Istri.

Posjetiteljima mrežne stranice bile su dostupne i ostale informacije u vidu kratkog opisa svih naseljenih mjesta na području Grada Vodnjana-Dignao, te izrazito mali broj slika kao i zastarjeli virtualni prikaz Grada Vodnjana-Dignano.

Slika br. 4.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine – prikaz na zaslonu mobilnih telefona (na hrvatskom i talijanskom jeziku)



Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (15.12.2015.)

Slika broj 4. prikazuje izgled stare mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine na hrvatskom i talijanskom jeziku, kada se stranici pristupa putem mobilnih uređaja.

Stranica nije prilagođena zaslonima mobilnih telefona i tableta, što znači da nema responzivni web dizajn. Sadržaj, struktura, navigacija i dizajn mrežne stranice su potpuno jednaki kada im se pristupa sa osobnih računala ili putem mobilnih telefona. Kada se stranici pristupa putem mobilnih telefona i tableta korisniku je otežano čitanje i snalaženje. Puno je teksta, mala su slova, dugo se učitava, potrebno je puno skrolati kako bi se došlo do željene informacije, a kada se otvori poveznica korisnik treba zumirati i povećati tekst kako bi ga mogao pročitati. Slike se teško otvaraju ili se uopće ne otvaraju, slova su presitna za pregledavanje na mobilnim uređajima i previše je teksta.

Stranica je veoma nepregledna ukoliko joj se pristupa putem mobilnih telefona i tableta jer sadržaj i dizajn nisu prilagođeni malim ekranima mobilnih uređaja.

Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano nema poveznicu na društvene mreže, jer u 2015. godini Grad još nije imao otvorenu službenu stranicu na Facebook društvenoj mreži. To znači da su građani do željenih informacija dolazili isključivo putem službenih mrežnih stranica Grada i nije postojala mogućnost dvosmjerne komunikacije, osim putem službenih e-mail adresa.

4. ANALIZA NOVE MREŽNE STRANICE GRADA VODNJANA-DIGNANO

Kvalitetne mrežne stranice bi trebale biti privlačne svojim korisnicima, jednostavne za upotrebu i dovoljno zanimljive kako bi potaknule interes posjetitelja i njihovu želju da se ponovno vrate. To znači da bi poduzeća trebala osmisliti takve mrežne stranice koje su jednostavne za korištenje, a istovremeno svojim posjetiteljima pružaju detaljne i korisne informacije. Stoga bi mrežne stranice trebale biti dizajnirane tako da su jednostavne za pregledavanje, davati jednostavne upute korisnicima, te omogućavati lako snalaženje i kretanje, a naslovna stranica ne bi trebala sadržavati gomilu informacija.

Najveći izazov poduzećima predstavlja osmišljavanje privlačnih mrežnih stranica. Posebnu pažnju treba obratiti na njihov sadržaj i dizajn. Poduzeće treba odlučiti o sadržaju koji će se nalaziti na mrežnim stranicama i kreirati dovoljno kvalitetnu i zanimljivu stranicu koja će privući posjetitelje i potaknuti ih na ponovne posjete.

Posebnu pažnju treba posvetiti sljedećim elementima: kontekstu, sadržaju, zajednici, prilagodljivosti, komunikaciji, povezanosti i trgovini.

Kontekst se odnosi na format i dizajn mrežne stranice, te lakoću snalaženja i pretraživanja. Sadržaj obuhvaća tekst, slike i zvuk. Zajednica predstavlja način na koji korisnici međusobno komuniciraju. Prilagodljivost je sposobnost stranice da se prilagodi različitim korisnicima, odnosno predstavlja mogućnost personalizacije.

U nastavku ovog rada provesti će se analiza nove mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano, te vidjeti da li su obuhvaćeni svi navedeni elementi, zatim koje informacije i usluge Grad Vodnjan-Dignano pruža svojim posjetiteljima, na koji način komunicira sa zainteresiranim građanima, da li je i u kojoj mjeri uspješan u vođenju svojih mrežnih stranica, te postoji li mogućnost za njihovo poboljšanje.

Na domeni www.vodnjan.hr nalazi se službena mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine.

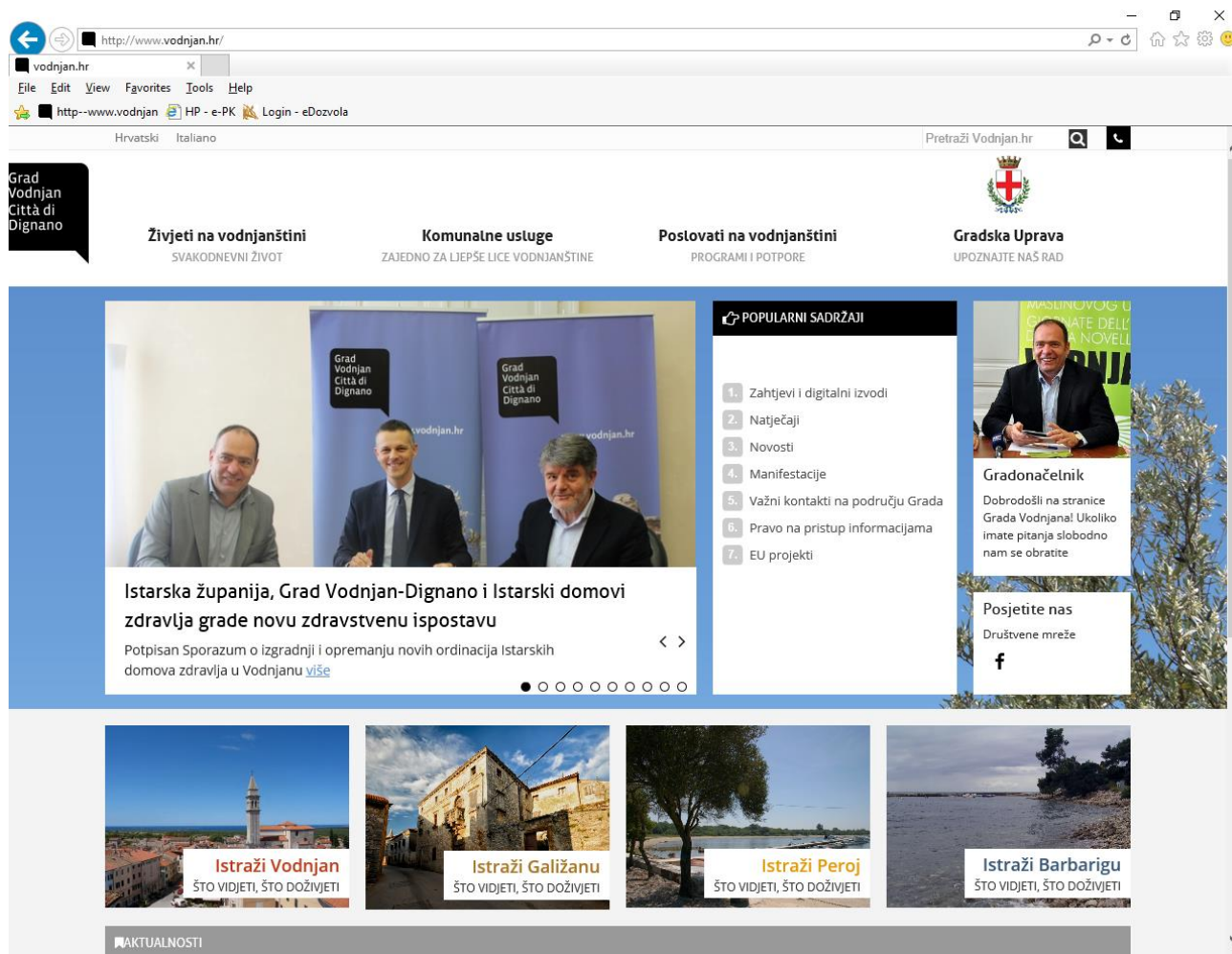
Slika broj 5. prikazuje izgled mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine. Na početnoj stranici prevladavaju plava i bijela boja, koje ostavljaju dojam smirenosti. U pozadini je slika vodnjanskog maslinika koji podsjeća korisnika da je Vodnjan-Dignano Grad sa dugom maslinarskom tradicijom i da se ovdje, u ovom malom gradiću proizvodi jedno od najboljih maslinovih ulja na svijetu. Stranica ne pršti jarkim bojama, napadnim elementima i oglasima koji iskaču i koji otežavaju koncentraciju i čitanje. Na prvi pogled stranica je pregledna i grafički privlačna, te dovoljno zanimljiva da korisnika potakne na daljnje istraživanje. Opći dojam koji stranica ostavlja na korisnika je elegancija i jednostavnost korištenja i pretraživanja.

Logotip Grada Vodnjana-Dignano koji se nalazi u lijevom gornjem uglu na početnoj stranici dio je novog vizualnog identiteta Grada Vodnjana-Dignano. 2008. godine proveden je Javni natječaj čiji je cilj bio dobivanje kvalitetnog, visokokomunikativnog i stručno projektiranog sustava vizualnog identiteta Grada Vodnjana-Dignano.³⁸

Logotip se sastoji od crnog stripovskog oblačića u kojem bijelim slovima piše "Grad Vodnjan – Città di Dignano". Oblačić je jednostavan je i elegantan, grafički vrlo neutralan, a svoj puni smisao dobiva kroz njegovu aplikaciju u različitim situacijama. Kada ga se stavi u odnos sa drugim vizualnim elementima, kao dio raznih plakata, letaka, banneri ili kao dio mrežne stranice, tada on dobiva svoj puni smisao i priča priču o svom Gradu.

³⁸ Dostupno na: <http://stari.dizajn.hr/#278-grad-vodnjan-je-dobio-vizualni-identitet> (19.02.2017.)

Slika br. 5.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine

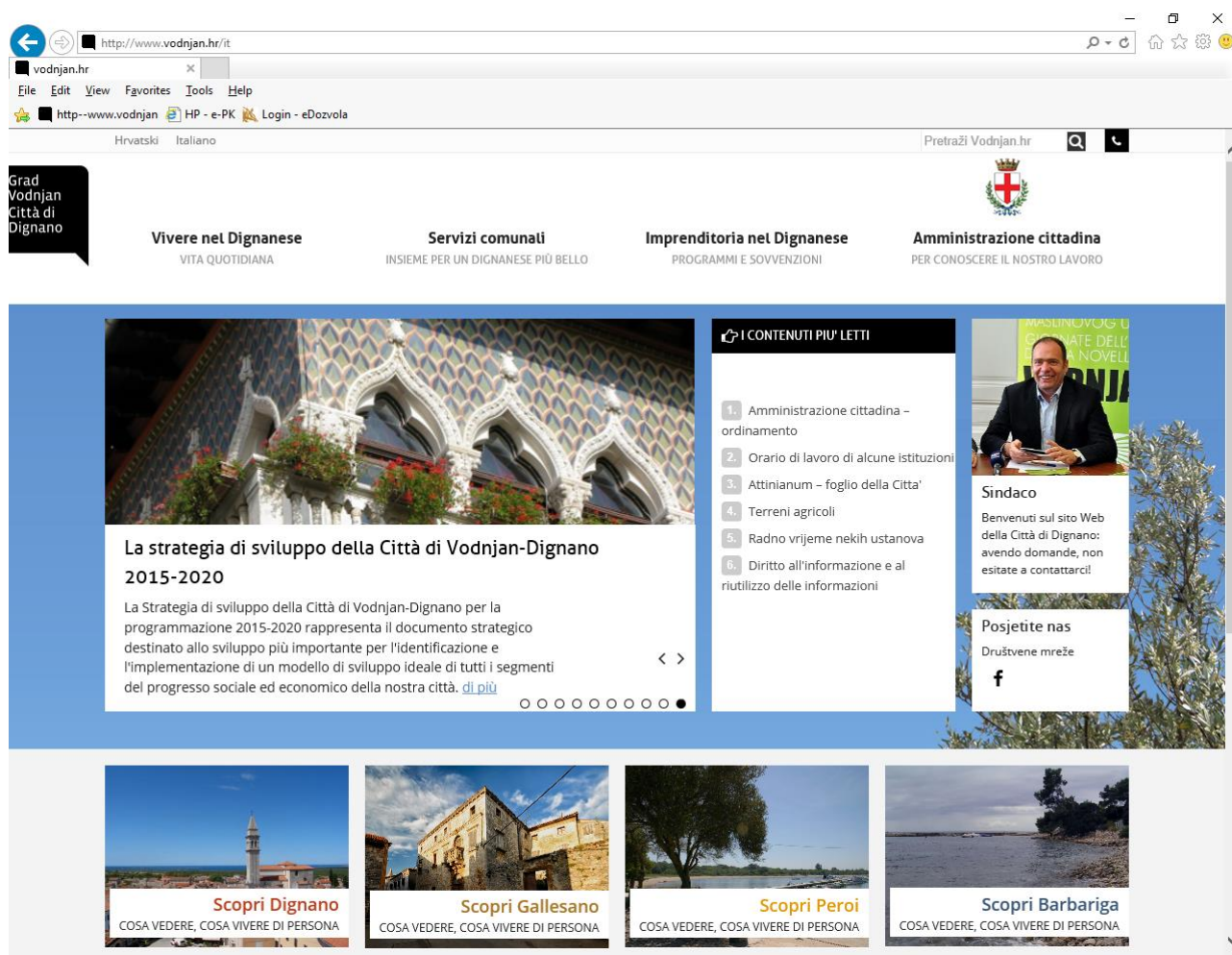


Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (14.02.2017.)

Početna mrežna stranica se brzo učitava, fotografije se brzo učitavaju, pregledna je i ima dobar vizualni dizajn. Sastoji se od tek nekoliko elemenata koji čine: zaglavlje, banner sa najvažnijim vijestima i poveznicama na podstranice. Korisnik može sa 2-3 klika brzo doći do željene informacije.

U gornjem lijevom kutu može se birati između dva jezika: hrvatskog i talijanskog. Verzija mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano na talijanskom jeziku pruža posjetiteljima isti sadržaj kao i verzija stranice na hrvatskom jeziku. Dakle sve objave, opisi fotografija, poveznice i dokumenti se objavljuju dvojezično.

Slika br. 6.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine (na talijanskom jeziku)



Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (14.02.2017.)

Slika broj 5. prikazuje mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano na hrvatskom jeziku, a slika broj 6. prikazuje mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano na talijanskom jeziku. Pripadnici nacionalnih manjina koji žive na području Grada imaju pravo na slobodu izražavanja svoje nacionalne pripadnosti, kao i na slobodu služenja svojim jezikom i pismom. Sukladno tome Grad Vodnjan-Dignano osigurava autohtonoj talijanskoj nacionalnoj manjini uporabu vlastitog jezika i pisma u javnim poslovima iz samoupravnog djelokruga Grada Vodnjana-Dignano.³⁹

³⁹ Statut Grada Vodnjana-Dignano, ("Službene novine Grada Vodnjana-Dignano", broj 02/09 i 02/10), op. cit., Članak 8. (19.02.2017.)

Ukoliko se želi pretraživati stranicu prema ključnoj riječi, u gornjem desnom kutu upisujemo željeni pojam i tada nam se otvaraju rezultati pretraživanja, odnosno nude nam se linkovi na tražene članke ili linkovi prema ključnoj riječi. Pretraživač koristi Google usluge, a to znači da su prva četiri ponuđena rezultata Google oglasi, a nakon toga slijede rezultati pretraživanja na mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano. Ako u pretraživač upišemo "EU projekti" rezultati pretraživanja nas vode na podstranicu Grada Vodnjana-Dignano na kojoj možemo pronaći sve vezano uz provedene i aktualne EU projekte koji se provode na području Grada.

Klikom na ikonicu telefonske slušalice u gornjem desnom uglu otvara se padajući izbornik koji sadrži kontakte svi službenika u Gradu. Ovdje možemo pronaći brojeve telefona i e-mail adrese svih zaposlenih.

Zaglavlje stranice je jednostavno dizajnirano, statično je i omogućuje lako snalaženje i vraćanje na početnu mrežnu stranicu. Ono osim logotipa, pretraživača, ikonice sa kontaktima i linkovima za odabir jezika sadrži još jednu traku. Glavna traka u zaglavlju sastoji se od četiri glavne poveznice: živjeti na Vodnjanštini, komunalne usluge, poslovati na Vodnjanštini i gradska uprava. Svaka od četiri poveznice obuhvaća pojedino područje koje se odnosi na svakodnevni život građana, rad gradske uprave, potpore i programe za poduzetnike, te komunalne usluge.

Klikom na prvu poveznicu pod nazivom "Živjeti na Vodnjanštini", otvara se padajući izbornik sa nekoliko linkova koji se odnose na svakodnevni život građana, a to su: korisne informacije, djeca i mladi, socijalna i zdravstvena skrb, udruge i ustanove, nacionalne manjine, manifestacije, te rubrika što posjetiti u Vodnjanu. Ova podstranica obuhvaća korisne informacije, kao što su radno vrijeme gradske uprave, zatim važne kontakte na području Grada poput radnog vremena i brojeva telefona ljekarne, ordinacija opće medicine, zatim banke, pošte i javnog bilježnika, te korisne brojeve telefona poput policije, hitne pomoći i vatrogasaca. Ovdje još možemo pronaći i informacije o voznom redu autobusa Pulaprometa, te kontakt podatke Zračne luke Pula, Lučke kapetanije, Željezničkog kolodvora, te Taxi službe. Korisne informacije odnose se i na informacije o vodnjanskom sajmu koji se tradicionalno održava svake prve subote u mjesecu. Ovdje još možemo pronaći i odluku o uvjetima i načinu držanja kućnih ljubimaca.

Pod rubrikom djeca i mladi nalaze se informacije i kontakt podaci, te uvjeti upisa u dječje vrtiće "Petar Pan" i "Zvončica", te informacije o Osnovnoj školi Vodnjan - Scuola elementare Dignano. Ovdje možemo pronaći i informacije o radu i članovima Savjeta mladih Grada Vodnjana-Dignano koji okuplja mlade od 18 do 30 godina, te informacije o Društvu "Naša Djeca" Vodnjan koje se bavi organizacijom slobodnog vremena, odnosno izvanškolskih aktivnosti djece predškolske i školske dobi.

Dio koji se odnosi na socijalnu i zdravstvenu skrb obuhvaća kontakt podatke o zdravstvenim ustanovama na području grada Vodnjana, grada Pule, te Istarske županije. Ovdje možemo pronaći i informacije o uvjetima i načinu na koji građani mogu ostvariti svoja prava iz područja socijalne skrbi, te informacije o radnom vremenu i kontakt podatke Dnevnog centra za starije osobe "A. Cecon".

Klikom na link udruge i ustanove možemo pronaći informacije o radu udruga i ustanova koje djeluju na području Grada, te kontakt podatke, brojeve telefona i mail adrese. To su Pučko otvoreno učilište "Vodnjan-Dignano", Turistička zajednica, Udruga "Ekomuzej-istarsko" iz Vodnjana, Udruga "Informo", Sportska zajednica Grada Vodnjana-Dignano koja okuplja 18 sportskih klubova na području Grada, zatim Literarna udruga Cvitak, Odbor obrtnika koji okuplja 170 registriranih obrtnika na području Grada, Udruga privatnih iznajmljivača i Hrvatski katolički zbor "MI".

Prema Statutu Grada Vodnjana-Dignano pripadnicima talijanske nacionalne manjine koji žive na području Grada jamči se slobodna upotreba jezika i pisma, te pravo na očuvanje kulture i nacionalnog identiteta. Pripadnicima crnogorske nacionalne zajednice koji žive na području naselja Peroj jamči se pravo zaštite identiteta, u pogledu očuvanja etničke, vjerske i kulturne osobitosti.⁴⁰ Klikom na link nacionalne manjine možemo pronaći kontakt podatke, fotografije i ostale informacije o djelovanju: Zajednice Talijana Vodnjan – Comunità degli Italiani di Dignano, zatim Zajednice Talijana "Armando Capolicchio" iz Galižane i Društva Perojskih Crnogoraca "Peroj 1657".

Pod rubrikom manifestacije možemo pronaći razne informacije i brojne fotografije o gradskim manifestacijama koje se na području Grada održavaju tijekom cijele godine, te privlače brojne turiste i uveseljavaju domaće stanovništvo. Naznačajnije gradske manifestacije su: Dani mladog maslinovog ulja koji okupljaju brojne uljare sa područja vodnjanštine i šire, a tradicionalno se održavaju zadnji vikend u mjesecu studenom, zatim

⁴⁰ ibidem, Članak 65. i 78. (19.02.2017.)

akcija "Moj kašun – La mia casita" u sklopu koje je obnovljen veliki broj kašuna na području Grada i održane brojne pokazne radionice za gradnju kašuna i suhozida. Međunarodni festival folklora "Leron" koji njeguje stare običaje, tradicijske plesove i multikulturalnost početkom mjeseca rujna pretvara centar Vodnjana u Europu u malom i privlači brojne turiste i posjetitelje.

Zadnja rubrika na ovoj podstranici posvećena je posjetiteljima, turistima, ali i slučajnim prolaznicima koje poziva da u svom lutanju gradskim ulicama posjete staru jezgru Grada u kojoj je smješten Muzej u palači Bettica koja je nedavno restaurirana i adaptirana, a datira iz XIV. st. Zatim Župnu crkvu Sv. Blaža u Vodnjanu u kojoj se čuvaju Sveta Tijela zajedno s relikvijama i zbirka sakralne umjetnosti. Park Kašuna je muzej na otvorenom, smješten na ulazu u Grad, a prikazuje gradnju kašuna u četiri faze, od temelja pa sve do krova, koristeći pritom kao građevni materijal samo kamen. Na području vodnjanštine nalazi se najveća koncentracija kašuna na cijelom Mediteranu, njih više od 2.000.

Klikom na drugu poveznicu pod nazivom "Komunalne usluge" otvara se padajući izbornik sa linkovima koji nas vode na sljedeće podstranice: javne površine, poljoprivredno zemljište, komunalna naknada i komunalni red, zatim komunalni doprinos, sakupljanje komunalnog otpada i zbrinjavanje otpada, te groblja i spomenička renta.

Klikom na link poljoprivredno zemljište posjetitelj može dobiti sve potrebne informacije o raspolaganju poljoprivrednim zemljištem na području Grada, kao i kontakt podatke, brojeve telefona i mail adrese službenika. Klikom na linkove komunalna naknada i komunalni doprinos posjetitelj mrežne stranice dobiva informacije o tome što su komunalna naknada, odnosno komunalni doprinos, kako se obračunavaju i tko su obveznici plaćanja.

Pod linkom komunalni red nalazi se Odluka o komunalnom redu na hrvatskom i talijanskom jeziku. Poveznica Sakupljanje komunalnog otpada vodi nas na podstranicu na kojoj se nalaze sve potrebne informacije, radno vrijeme, kontakt podaci, brojevi telefona i mail adrese poduzeća Contrada d.o.o. koje se bavi pružanjem komunalnih usluga. U suradnji sa Gradom poduzeće Contrada d.o.o. pokrenulo je edukativnu akciju "Za ljepše lice Vodnjanštine – Per un volto più bello del Dignanese", u sklopu koje je tiskana brošura sa uputama za odvojeno prikupljanje otpada.

Klikom na link zbrinjavanje otpada posjetitelji dobivaju korisne informacije o načinu obavješćavanja o lokacijama na kojima se nalazi nepropisno odbačeni otpad. Građani mogu

svoje prijave sa točnim lokacijama i fotografijama slati na mail adrese komunalnih redara, nakon čega oni izlaze na teren i obavljaju očevid, te ukoliko pronađu nepropisno odbačeni otpad o tome se piše zapisnik i otpad se na propisani način zbrinjava. A ukoliko postoji potreba građani i poduzeća sa područja Grada mogu zbrinuti građevni materijal na lokaciji kamenoloma Tivoli - Vindrijan uz plaćanje naknade.

Na području Grada Vodnjana-Dignano nalaze se tri mjesna groblja u Vodnjanu, Galižani i Peroju. Klikom na poveznicu Groblje građani mogu dobiti sve potrebne informacije o načinu dodjele grobnih mjesta, plaćanju naknade, te održavanju i upravljanju grobljima. Na linku Spomenička renta možemo pronaći Odluku o visini spomeničke rente Grada Vodnjana-Dignano.

Otvaranjem poveznice Javne površine - građenje - projekti i zemljište zainteresiranim posjetiteljima se pruža uvid u novu vizuru Narodnog i Župnog trga u Vodnjanu. 2002. godine raspisan je Javni natječaj za dobivanje najpovoljnijeg urbanističkog rješenja za područje Narodnog trga, ulice Castello i Župnog trga koje bi navedenom prostoru trebalo dati novi i prepoznatljiv vizualni identitet i učiniti ga funkcionalnim.

Klikom na treću poveznicu pod nazivom "Poslovati na Vodnjanštini" otvara se padajući izbornik sa linkovima koji obuhvaćaju sljedeća područja: prostorne planove, poslovne zone, LAG južne Istre, EU projekte i potpore, te maslinarstvo i vinogradarstvo.

Klikom na link prostorni planovi posjetitelji mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano mogu pretraživati važeće dokumente prostornog uređenja i prostorne planove po zonama.

Poveznica poslovne zone vodi posjetitelja na podstranicu koja sadrži važne informacije o poslovnim zonama koje se nalaze na području Grada, a obuhvaćaju poslovni park "Tison", industrijsku zonu "Galižana" i poslovnu zonu Vodnjan sjever.

Lokalna akcijska grupa - LAG južne Istre obuhvaća ruralno područje Grada Vodnjana-Dignano, te okolnih općina, a osnovan je sa ciljem umrežavanja i provedbe projekata i aktivnosti koji su od velikog značaja za razvoj lokalne zajednice.

Klikom na link EU projekti mogu se dobiti informacije o svim do sada provedenim i aktualnim EU projektima na području Grada Vodnjana-Dignano. Otvaranjem poveznice potpore posjetiteljima se nude o aktualnim potporama i otvorenim natječajima koje su raspisali Grad, Ministarstva i EU, te linkovi na njihove mrežne stranice.

Na linku maslinarstvo i vinogradarstvo možemo pronaći informacije i kontakt podatke sa brojevima telefona i mail adresama Poljoprivredne zadruge "Vodnjan-Dignano" i Udruge "Agroturist", te popis svih maslinara i vinogradara na području Grada. Za potencijalne investitore klikom na poveznicu otvara se Investicijska knjižica na tri jezika: hrvatskom, engleskom i ruskom. U njoj se mogu pronaći korisne informacije o geografskom položaju Grada, prometnoj povezanosti sa važnijim europskim gradovima, poslovnim zonama i budućim projektima koji se planiraju realizirati, odnosno o smjeru u kojem se Grad Vodnjan-Dignano sa svojim pripadajućim naseljima, u budućnosti želi razvijati.

Klikom na posljednju, četvrtu poveznicu pod nazivom "Gradska uprava" iznad koje se nalazi povijesni grb Grada Vodnjana-Dignano, otvara se padajući izbornik koji sadržava informacije o Gradonačelniku, Gradskom vijeću, Gradskoj upravi, službenim dokumentima Grada, te pravu na pristup informacijama.

Klikom na link Gradonačelnik otvara se podstranica sa koje se smiješi gradonačelnik Grada Vodnjana-Dignano Klaudio Vitasović koji poziva posjetitelje da uživaju, kako u virtualnom, tako i u stvarnom Vodnjanu. Ispod njega se nalaze dvije zamjenice čije kontakt podatke, brojeve telefona i mail adrese možemo pronaći na linku Zamjenice gradonačelnika.

Klikom na poveznicu Gradsko vijeće posjetitelji mrežne stranice se upoznaju sa poslovima Gradskog vijeća i njegovim članovima, a tu još mogu pronaći i fotografije, te kontakt podatke, brojeve telefona i mail adrese svih 15 gradskih vijećnika.

Otvaranjem poveznice Gradska uprava posjetitelji se mogu upoznati sa ustrojem gradske uprave, uredovnim vremenom za rad sa strankama, te Upravnim tijelima Grada. Gradsku upravu čine 5 Upravnih odjela: UO za poslove gradonačelnika, UO za društvene djelatnosti i opću upravu, UO za komunalni sustav, prostorno uređenje i imovinske poslove, UO za proračun i financije, te UO za gospodarstvo i EU projekte. Klikom na svaku od tih poveznica otvaraju se osnovne informacije o poslovima koji se obavljaju u sklopu Upravnog odjela, te popis službenika sa nazivima radnih mjesta, kontakt podacima, brojevima telefona i mail adresama.

Na poveznici Dokumenti posjetitelji mrežne stranice Grada mogu pronaći sve važne informacije. Klikom na Proračun otvara se dokument sa Proračunom Grada Vodnjana-Dignano za 2017. godinu. Ukoliko stranka treba podnijeti pisani zahtjev, na linku zahtjevi i digitalni izvodi nalaze se obrasci zahtjeva koje stranka može isprintati, popuniti i zajedno sa prilogima i državnim biljezima dostaviti u pisarnicu Grada osobno ili putem pošte. Također zahtjevi se

mogu predati i elektroničkim putem slanjem ispunjenog obrasca na mail adresu Grada. A od 2015. godine Grad Vodnjan-Dignano uključen je u projekt izdavanja e-Dozvola putem sustava Ministarstva graditeljstva i prostornog uređenja.

Na podstranici posjetitelji mogu pronaći i Statut Grada Vodnjana-Dignano i njegove izmjene, kao i Službene novine koje su službeno glasilo Grada i u kojima se objavljuju svi važni dokumenti i Odluke prije nego što stupe na snagu, a donosi ih Gradsko vijeće. Ovdje se nalaze i svi brojevi gradskih novina Attinianum koje izlaze polugodišnje, a u kojima autori na hrvatskom i talijanskom jeziku pišu tekstove i priče o svom Gradu i njegovim ljudima.

Na poveznici Strategija razvoja Grada Vodnjana-Dignano 2015. - 2020. godine građani mogu pronaći planirane projekte i ciljeve u kojem će se smjeru razvijati Grad Vodnjan-Dignano u sljedećih nekoliko godina.

Na linku Javna nabava građani mogu pronaći sve informacije o provedenim natječajima u posljednjih nekoliko godina za Grad Vodnjan-Dignano, gradsko poduzeće Castelner d.o.o., te Pučko otvoreno učilište "Vodnjan-Dignano".

U tablici koja se nalazi na poveznici pod nazivom Ugovori javno su dostupni podaci o svim sklopljenim ugovorima između Grada i fizičkih ili pravnih osoba. Na ovaj način svi zainteresirani građani mogu vidjeti kako se troši gradski novac.

Na poveznici pod nazivom Pravo na pristup informacijama građani mogu pronaći obrazac zahtjeva za pristup informacijama, te kontakt podatke, brojeve telefona i mail adresu službenika za informiranje.

Na linku zaštita osobnih podataka mogu se pronaći informacije o službeniku zaduženom za zaštitu osobnih podataka, kao i opis poslova te ostala pitanja vezana uz ovu tematiku.

Snalaženje po mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano je jednostavno. Lako se kretati i jednostavno je pretraživati. Stranica je dizajnirana na taj način da se u centralnom dijelu nalazi banner na kojem se svakih pet sekundi izmjenjuju profesionalne fotografije, glavne obavijesti i informacije. Trenutno se na njemu nalazi deset najvažnijih vijesti koje se neprekidno izmjenjuju i tako potiču čitatelja da klikom na fotografiju ili poveznicu otvori obavijest i dobije više informacija o temi. Glavna vijest na stranici je potpisan sporazum između Istarske županije, Grada Vodnjana-Dignano i Istarskih domova zdravlja, o izgradnji i opremanju nove zgrade doma zdravlja u Vodnjanu. Tu se još nalazi i poveznica na Strategiju razvoja Grada Vodnjana-Dignano za razdoblje od 2015. do 2020. godine; zatim vijest o

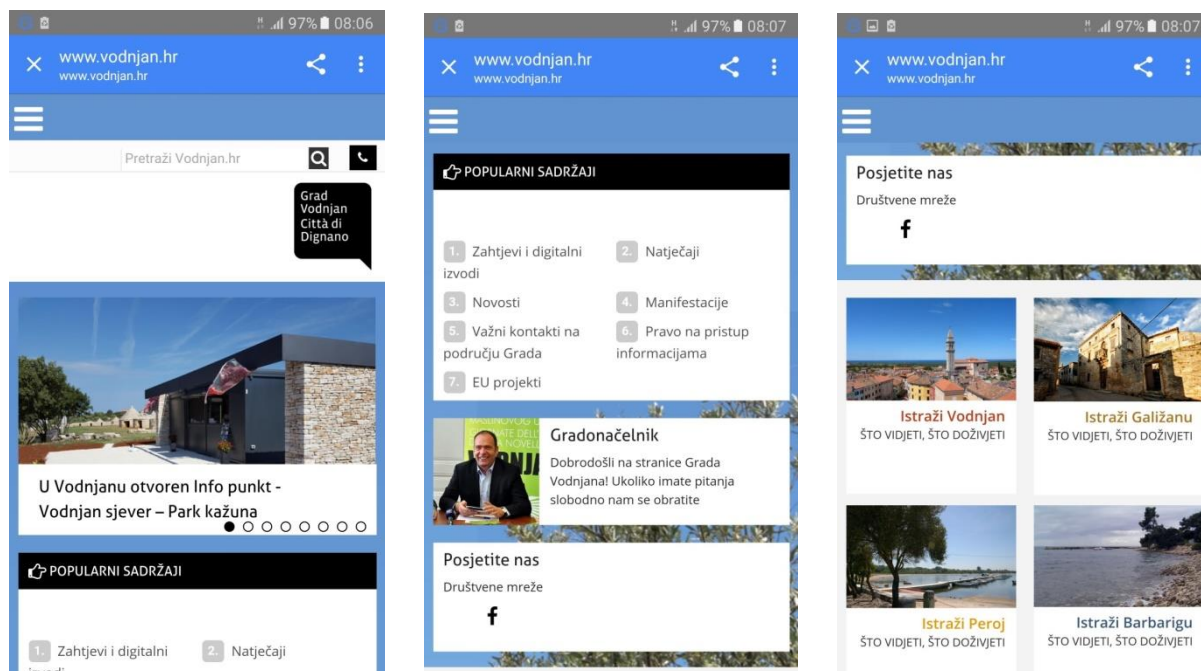
nedavnom otvorenju Info punkta koji se nalazi u Parku kažuna; brošura sa uputama kako građani mogu reciklirati i odvojeno prikupljati otpad, te pritom i uštediti. Banner je jedan od dinamičnih elemenata ove mrežne stranice, a to znači da na njemu nije uvijek isti sadržaj, već se svakih nekoliko dana, ovisno o potrebi sadržaj ažurira i podižu se nove aktualne vijesti i informacije za građane.

U centralnom dijelu stranice, osim banner a još su smještene i poveznice na popularne sadržaje koji se najčešće pretražuju, a to su: zahtjevi i digitalni izvodi, zatim natječaji, novosti i manifestacije, slijede važni kontakti na području grada, te pravo na pristup informacijama i poveznica na EU projekte. Na desnoj strani pored popularnih sadržaja smještena je slika gradonačelnika Grada Vodnjana-Dignano Klaudija Vitasovića i kratak tekst u kojem nasmjешeni gradonačelnik pozdravlja posjetitelje mrežne stranice Grada i poziva ih da ukoliko imaju dodatnih pitanja, slobodno kontaktiraju djelatnike gradske uprave. Ispod slike gradonačelnika smještena je poveznica na društvenu mrežu facebook, putem koje se posjetitelji mogu jednim klikom spojiti na službenu facebook stranicu Grada Vodnjana-Dignano.

Ispod banner a se nalaze četiri poveznice koje potiču čitatelje na istraživanje Vodnjana, Galižane, Peroja i Barbarige. Klikom na poveznice link nas vodi na mrežnu stranicu Turističke zajednice grada Vodnjana, gdje posjetitelji mogu dobiti korisne informacije o Vodnjanu i okolici, na hrvatskom, talijanskom i engleskom jeziku.

U podnožju stranice nalazi se dio sa aktualnim informacijama, a u kojem možemo pronaći: novosti, manifestacije i natječaje. Pod rubrikom novosti objavljuju se sve aktualne vijesti o radu gradske uprave, predstavničkim tijelima i gradskim poduzećima, te obavijesti za građane, a koje se tiču svakodnevnog života. Pod manifestacijama posjetitelji mogu pronaći sve informacije o nadolazećim koncertima, festivalima, sportskim eventima i ostalim događanjima na području Grada. Pod rubrikom natječaji građani mogu pronaći informacije vezane uz natječaje za radna mjesta, prodaju nekretnina, davanje u zakup poslovnih prostora i sl. Klikom na logotip vraćamo se na početnu mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano.

Slika br. 7.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine - prikaz na zaslonu mobilnih telefona



Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (14.02.2017.)

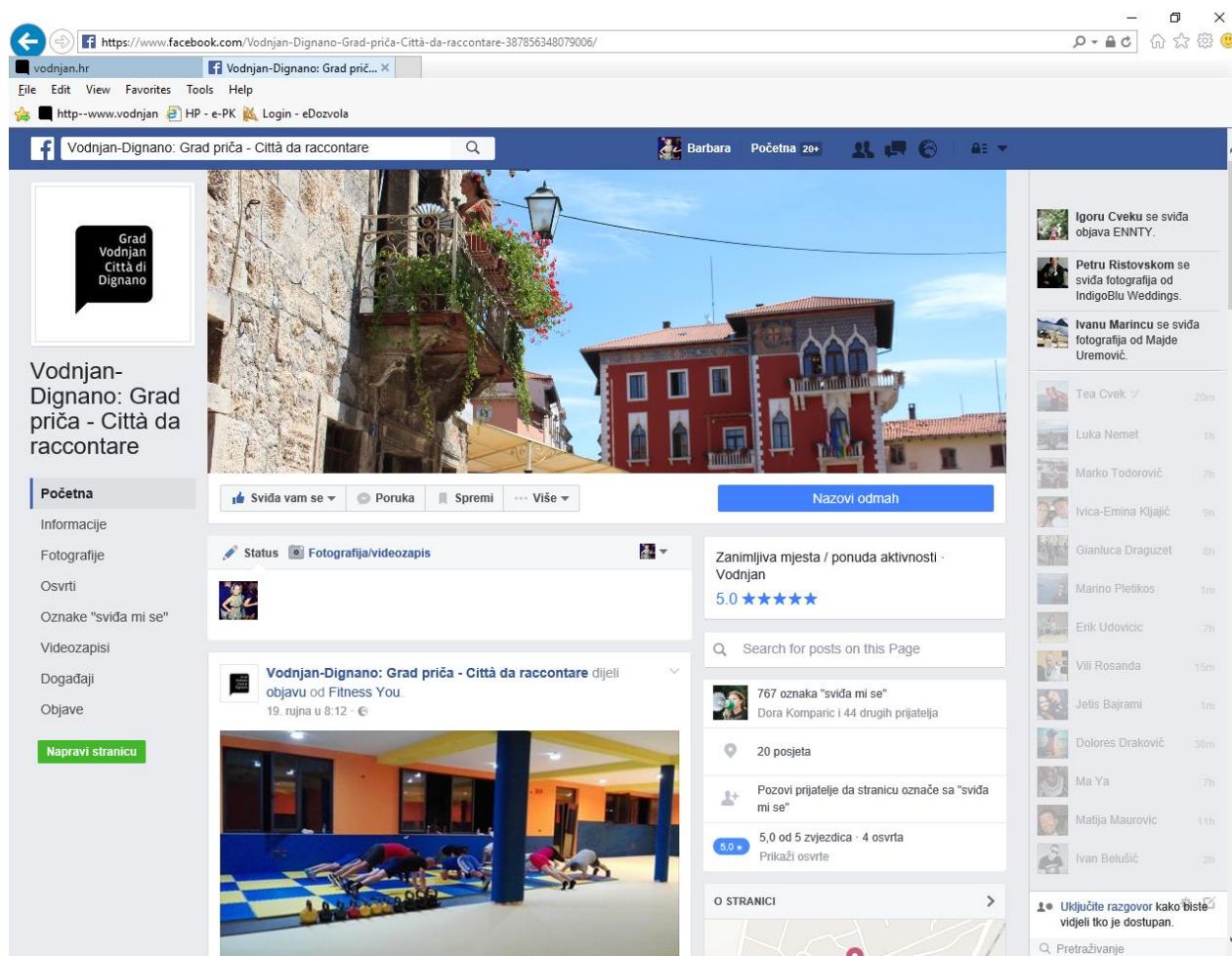
Slika broj 7. prikazuje mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano na zaslonu mobilnog uređaja. Stranica ima responzivni web dizajn, što znači da je prilagođena zaslonima mobilnih telefona i tableta. Pregledavanje sadržaja i korištenje stranice je jednostavno, što korisniku koji stranici pristupa sa mobilnog uređaja pruža pozitivno korisničko iskustvo.

Stranica se brzo učitava, fotografije se brzo otvaraju, a linkovi koji posjetitelja vode na podstranice su pregledni. Kada se mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano pregledava sa mobilnih uređaja korisnicima je olakšano kretanje i pretraživanje jer je sa naslovne stranice uklonjen višak linkova. Posjetitelji na malim ekranima svojih mobilnih telefona mogu vidjeti tek nekoliko glavnih poveznica poput novosti, natječaja i kontakata, koji ih onda vode na podstranice kako bi došli do željenih informacija.

Ono što se posebno ističe na mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano kada joj se pristupa sa mobilnih uređaja, osim logotipa koji posjetiteljima priča priču o svom gradu, to je poveznica na Facebook društvenu mrežu. To je još jedan pokazatelj nastojanja Grada Vodnjana-Dignano da se sa svojim novim mrežnim stranicama pokušava približiti mladim i

informatički obrazovanim građanima, ali i pratiti trendove koji nameću brzu i neposrednu komunikaciju, kao i responzivnim dizajnom mrežne stranice koji stranicu čini jednostavnom za pregledavanje na mobilnim uređajima.

Slika br. 8.: Službena stranica Grada Vodnjana-Dignano na društvenoj mreži Facebook



Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (10.10.2016.)

Posjetitelji mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano na naslovnoj stranici mogu pronaći link koji ih vodi na službenu Facebook stranicu.

Slika broj 8. prikazuje službenu stranicu Grada Vodnjana-Dignano na Facebook društvenoj mreži kada joj se pristupa putem osobnog računala.

Slika br. 9.: Službena stranica Grada Vodnjana-Dignano na društvenoj mreži Facebook – prikaz na zaslonu mobilnih telefona



Izvor: <http://www.vodnjan.hr/> (10.10.2016.)

Slika broj 9. prikazuje službenu mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano na Facebook društvenoj mreži kada joj se pristupa putem pametnog telefona.

Na Facebook stranici Grada Vodnjana-Dignano mogu se pronaći obavijesti i informacije o brojnim manifestacijama, te kulturnim i zabavnim sadržajima koji se tijekom cijele godine održavaju na području Grada Vodnjana-Dignano. Facebook stranica omogućuje Gradu direktnu komunikaciju sa građanima, u realnom vremenu i uz niske troškove

održavanja. Korisnicima se na Facebook stranici pruža mogućnost komentiranja objava, raspravljanja o raznovrsnim temama, pregledavanja fotografija i dijeljenja sadržaja.

Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano je privlačna, sadržajna i dovoljno zanimljiva da potakne posjetitelje na ponovne posjete. Jednostavna je za pretraživanje, brzo se učitava i omogućuje korisnicima lako snalaženje i kretanje. Svrha mrežne stranice je pružiti posjetiteljima sve potrebne informacije i dodatne sadržaje koji su im potrebni, a sve sa ciljem privlačenja što većeg broja posjetitelja koji će na mrežnim stranicama Grada Vodnjana-Dignano pronaći sve potrebne informacije, te se ponovno vratiti.

5. USPOREDBA STARE I NOVE MREŽNE STRANICE GRADA VODNJANA-DIGNANO

Mrežne stranice bi trebale biti privlačne posjetiteljima i jednostavne za upotrebu, te sadržavati detaljne i korisne informacije koje će privući posjetitelje i potaknuti ih na ponovno korištenje. Kao što je već ranije navedeno u ovom radu najvažniji elementi svake mrežne stranice su sadržaj, struktura i navigacija. Dakle cilj je pružanje kvalitetnih i lako dostupnih informacija. Posjetitelji će se rado vraćati i koristiti mrežne stranice ukoliko su one pregledne i jednostavne za upotrebu, a to znači da lako i brzo mogu doći do željenih informacija. Još jedan element koji je veoma važan prilikom korištenja mrežnih stranica je njihov vizualni identitet. Privlačni grafički elementi utječu na to da se korisnici lakše identificiraju sa samim poduzećem, često se vraćaju i koriste usluge mrežnih stranica.

U prethodnim poglavljima analizirane su stara mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine i nova mrežna stranica iz 2017. godine. U nastavku će se usporediti te dvije stranice i istaknuti razlike među njima, odnosno ukazati na poboljšanja ili eventualna pogoršanja koja se tiču sadržaja, dizajna i ostalih elemenata mrežnih stranica.

Na staroj mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano prevladavale su jake, kričave boje poput tamno crvene, zlatno-žute, maslinasto zelene i plave. To su boje koje se nalaze na povijesnom grbu i zastavi Grada Vodnjana-Dignano i koje su isticale višestoljetnu tradiciju grada čiji su se stanovnici bavili poljoprivredom, a prije svega vinogradarstvom i maslinarstvom.

Na novoj mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano prevladavaju plava i bijela boja, koje ostavljaju dojam smirenosti i elegancije.

Na staroj mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano u gornjem lijevom uglu na naslovnoj stranici nalazio se povijesni grb Grada Vodnjana-Dignano, koji je na posjetitelje ostavljao snažan dojam i ukazivao na višestoljetnu tradiciju Grada Vodnjana-Dignano.

Na novoj mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano u gornjem lijevom uglu na početnoj stranici nalazi se logotip Grada Vodnjana-Dignano koji je dio novog vizualnog identiteta Grada Vodnjana-Dignano. Logotip se sastoji od crnog stripovskog oblačića u kojem

bijelim slovima piše "Grad Vodnjan – Città di Dignano". Logotip je jednostavan i elegantan i posjetiteljima priča priču o svom Gradu.

Stara mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano pružala je posjetiteljima samo osnovne informacije o gradonačelniku i članovima Gradskog vijeća, te ime i prezime i funkciju na koju su pojedini članovi izabrani.

Nova mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano na poveznici "Gradska uprava" vodi posjetitelje na podstranice pod nazivima "Gradonačelnik" i "Gradsko vijeće" na kojima mogu pronaći sve potrebne informacije. Tu se uz osnovne informacije o izabranim članovima i zamjenicima nalaze i kontakt podaci, njihove fotografije, brojevi telefona i mail adrese, a sve sa ciljem kako bi građani mogli doći do potrebnih informacija i stupiti u direktni kontakt sa Gradonačelnikom Grada Vodnjana-Dignano, njegovim zamjenicima, te članovima Gradskog vijeća Grada Vodnjana-Dignano.

Dojam koji stranice ostavljaju na posjetitelja je različit. Staroj mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano koja je tradicionalna i pretrpana tekstovima, cilj je bio samo prenijeti informacije i vijesti.

Sa novom mrežnom stranicom koja je moderna i elegantna Grad Vodnjan-Dignano želi privući nove posjetitelje, koji su moderni i koriste se novim tehnologijama. Ciljna skupina nove mrežne stranice su mladi, obrazovani građani koji joj pristupaju sa svojih mobilnih telefona i tableta. Još jedan od ciljeva nove mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano je i dvosmjerna komunikacija sa građanima, čime se želi olakšati pronalazak potrebnih informacija i ubrzati pružanje usluga.

Stara mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano nije bila prilagođena zaslonima mobilnih telefona i tableta. Kretanje i snalaženje po staroj stranici, ukoliko joj se pristupalo putem mobilnih uređaja bilo je otežano. Korisnik je prilikom pregledavanja stranice i traženja potrebne informacije morao dugo skrolati i zumirati željeni sadržaj. Sadržavala je puno teksta, slova su bila presitna, fotografije su se dugo učitavale i teško otvarale. Sadržaj, struktura, navigacija i dizajn nisu bili prilagođeni malim zaslonima mobilnih uređaja, nego je originalna mrežna stranica samo umanjena kako bi mogla stati na male ekrane mobilnih telefona.

Nova mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano ima responzivni web dizajn, što znači da je u potpunosti prilagođena za pristupanje i pregledavanje sadržaja na malim zaslonima mobilnih telefona i tableta.

Stara mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano nije bila povezana sa društvenim mrežama. Sva se komunikacija odvijala u jednom smjeru, na način da su posjetitelji pregledavali mrežnu stranicu u potrazi za informacijama.

Nova mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano na početnoj stranici ima poveznicu na Facebook društvenu mrežu koja posjetiteljima omogućuje praćenje objava, pregledavanje fotografija, dijeljenje sadržaja i sudjelovanje u raspravama. Službena Facebook stranica Grada omogućuje dvosmjernu komunikaciju sa građanima, što je izuzetno važno jer je na taj način Gradu omogućeno primanje povratnih informacija, a građanima postavljanje pitanja, te davanje konstruktivnih kritika, pohvala i prijedloga.

6. KRITIČKI OSVRT I PRIJEDLOZI ZA POBOLJŠANJE

Mrežne stranice Grada Vodnjana-Dignano predstavljaju često odredište pojedinaca i poduzeća u potrazi za informacijama. Stranica sadrži korisne i aktualne informacije koje posjetitelji mogu pregledavati na hrvatskom i talijanskom jeziku. Stranica se svakodnevno ažurira, sastoji se od velikog broja podstranica, a navigacija omogućuje lako pretraživanje i pronalazak željene informacije. Stranica je jednostavna za korištenje, brzo se učitava i pruža korisniku sve potrebne informacije. Prilagođena je zaslonima mobilnih telefona i sadrži poveznice na društvene mreže. Opći dojam koji stranica ostavlja na posjetitelja je preglednost, moderan dizajn i funkcionalnost.

Osim navedenih prednosti, na mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano postoje i određeni nedostaci. Stranica se može pregledavati samo na hrvatskom i talijanskom jeziku, a posjetiteljima bi trebalo omogućiti i pregledavanje na engleskom jeziku. Posjetiteljima bi se olakšalo pretraživanje kada bi se smanjio broj linkova i količina teksta na stranici i podstranicama. Grad je jedinica lokalne samouprave, čija su ciljna skupina prvenstveno građani Grada Vodnjana-Dignano i kao takva objavljuje informacije koje građani koriste u svakodnevnom životu. Stoga bi se sa naslovne stranice trebali maknuti banneri koji sadrže turističke informacije i umjesto njih trebali bi se staviti linkovi koji vode posjetitelje na mrežne stranice gradskih poduzeća Castelier i Contrada.

U nastavku se daje nekoliko prijedloga za poboljšanje mrežnih stranica Grada Vodnjana-Dignano, čijim bi usvajanjem Grad mogao pružiti svojim posjetiteljima bolje korisničko iskustvo prilikom pregledavanja i korištenja mrežne stranice:

1. korištenje Google Analytics,
2. istraživanje potreba i mišljenja korisnika,
3. izrada Newslettera i
4. korištenje dvosmjerne komunikacije.

6.1. Korištenje Google Analytics

Da bi mrežna stranica bila uspješna i ispunjavala svoju svrhu, prvi korak je privući posjetitelje na stranicu. Kako bi došli do što većeg broja posjetitelja poduzeća se koriste raznim alatima, a jedan od njih je Google Analytics. To je besplatan alat koji poduzećima pruža detaljne informacije i statističke podatke o događajima na mrežnom sjedištu u određenom vremenskom razdoblju. Pomoću Google Analytics može se pratiti dolazak posjetitelja na mrežnu stranicu, putem kojih stranica dolaze na mrežnu stranicu, kako se na njoj ponašaju, koji sadržaj pretražuju i kako se kreću po stranici. Google Analytics također pruža informacije o tome s kojeg uređaja posjetitelji pristupaju stranici, koji je najpopularniji sadržaj, koja je duljina posjeta i točka s koje posjetitelji odlaze sa stranice. Koristeći ovaj alat Grad Vodnjan-Dignano bi dobio brojne informacije o ponašanju posjetitelja mrežne stranice, te bi se na temelju detaljne analize mrežne stranice mogla uvesti određena poboljšanja.

6.2. Istraživanje potreba i mišljenja korisnika

Mrežne stranice se izrađuju kako bi se ispunili ciljevi poduzeća i potrebe korisnika. Poduzeća će mrežnu stranicu koristiti za prodaju proizvoda, pružanje usluga, informiranje ili promociju. Posjetitelji će na mrežnim stranicama tražiti informacije. Cilj kvalitetne mrežne stranice je privući posjetitelje i pružiti im upravo onaj sadržaj koji im je potreban. Da bi Grad Vodnjan-Dignano saznao koji je to sadržaj i koje su to informacije potrebne posjetiteljima mrežne stranice, potrebno je provesti istraživanje. Istraživanje potreba i mišljenja korisnika može se provesti u obliku ankete koja bi se postavila na mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano, a korisnici bi je mogli isprintati, ispuniti i donijeti u Grad ili bi se mogla slati građanima direktno na prikupljene mail adrese kao elektronička poruka. Anketom bi se trebali prikupiti podaci o potrebama korisnika mrežne stranice, o tome koji se sadržaj treba nalaziti na mrežnoj stranici, koje su njihove potrebe, na koji način žele i imaju mogućnost komunicirati sa službenicima, da li im odgovara radno vrijeme i način rada sa strankama, te u kojoj su mjeri zadovoljni sa postojećim elementima mrežne stranice, da li postojeća stranica

ispunjava njihove potrebe i njihova očekivanja, te im pružiti mogućnost da daju svoje prijedloge za poboljšanje mrežne stranice.

6.3. Izrada Newslettera

Newsletter je elektronička brošura koja se šalje na veliki broj mail adresa, a sadrži promotivne poruke ili obavijesti. To je jeftin i brz način prenošenja informacija, za koji je potrebno samo upisati mail adresu u on-line obrazac i dati poduzeću dozvolu za slanje promotivnih poruka. Ukoliko ne postoji dozvola za slanje Newslettera, tada je moguće da poruka otiđe u spam i korisnik neće na vrijeme dobiti željenu informaciju. Grad Vodnjan-Dignano mogao bi svojim korisnicima na prikupljene mail adrese slati besplatni Newsletter s ciljem da ih upozna s novostima, natječajima, događajima, te najavama manifestacija koje se održavaju na području Grada. Također Newsletter bi obuhvaćao i razne informacije o radu gradske uprave, gradskim poduzećima i ustanovama na području Grada. Posjetitelji mrežne stranice moraju u svakom trenutku imati mogućnost odjave s mailing liste, ako više ne žele primati promotivni sadržaj.

6.4. Korištenje dvosmjerne komunikacije

Poduzeća komuniciraju sa svojim klijentima putem mrežnih stranica, pružaju im informacije o svojim proizvodima i uslugama. Nove komunikacijske tehnologije omogućile su klijentima pružanje povratne informacije, te su na taj način omogućile dvosmjernu komunikaciju između poduzeća i klijenata. Grad Vodnjan-Dignano bi trebao iskoristiti mogućnost komuniciranja sa svojim građanima putem elektroničkih poruka i društvenih mreža. Takav način komunikacije je brz, jeftin i izuzetno fleksibilan. Društvene mreže postaju sredstvo svakodnevnog komuniciranja, mjesto gdje građani imaju mogućnost ravnopravnog sudjelovanja u raspravama i razmjeni mišljenja.

Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano bi trebala služiti kao sredstvo za prenošenje informacija i pružanje usluga građanima, to bi trebalo biti mjesto na koje će posjetitelj doći i pronaći informacije koje ga zanimaju. Službena stranica Grada na društvenoj mreži Facebook trebala bi služiti kao alat za dvosmjernu komunikaciju sa građanima. To bi trebalo biti mjesto na kojem će se objavljivati kratke i aktualne informacije, a korisnici bi mogli postavljati pitanja, davati prijedloge i kritike. Grad Vodnjan-Dignano bi trebao iskoristiti mogućnosti koje mu pružaju društvene mreže, kao što su brza i direktna komunikacija sa građanima, odnosno povratne informacije.

Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano je kvalitetno izrađena, sadrži sve važne elemente, ima preglednu strukturu i jednostavnu navigaciju, vizualni identitet je moderan i atraktivan, privlačna je posjetiteljima i jednostavna za korištenje. Prilagođena je zaslonima mobilnih telefona i ima poveznicu na Facebook društvenu mrežu. Navedeni prijedlozi za poboljšanje dodatno bi podignuli kvalitetu mrežne stranice i njezinu funkcionalnost, a Gradu Vodnjanu-Dignano i njegovim posjetiteljima bi dodatno obogatili iskustvo korištenja mrežnih stranica Grada Vodnjana-Dignano.

7. ZAKLJUČAK

Pojavom Interneta promijenio se način na koji gospodarski subjekti posluju. Današnje društvo koje se temelji na znanju, informacijama i inovacijama, moralo se prilagoditi i usvojiti nove načine komunikacije i poslovanja. "Mreža" je postala temeljna infrastruktura, koja je omogućila suvremenom društvu razmjenu informacija i znanja, što za posljedicu ima pojavu novih pojmova i razvoj novih sustava poput elektroničkog poslovanja, elektroničke trgovine i elektroničke razmjene podataka.

Poduzeća diljem svijeta, neovisno o djelatnosti i veličini koriste se e-marketingom. Oni to čine, ne kako bi rasli, razvijali se i širili svoje poslovanje, nego kako bi preživjeli na tržištu. Postojeći, ali i potencijalni korisnici traže informacije koje su im dostupne jednim klikom miša, razmjenjuju svoja iskustva, ostavljaju povratne informacije, kupuju proizvode, rezerviraju hotelski smještaj ili avionske karte i sve to iz svog vlastitog naslonjača. U svakodnevnoj borbi za kupce Internet je postao moćan marketinški alat kojim se poduzeća koriste kako bi se istaknula na tržištu i privukla posjetitelje i kupce.

Marketing u javnom sektoru treba biti usmjeren na zadovoljenje želja i potreba građana, te pružati uvid u pravovremene, točne i transparentne informacije. Svrha mrežnih stranica Grada Vodnjana-Dignano nije prodaja proizvoda i usluga, nego pružanje informacija i komunikacija sa građanima.

Kvalitetna, sadržajna i prepoznatljiva mrežna stranica jedan je od načina kako se približiti potencijalnom korisniku i pružiti mu sve potrebne informacije. Nakon što je poduzeće odredilo svoju ciljnu skupinu na Internetu i prepoznalo koje su njihove želje i potrebe, idući korak je prilagoditi komunikaciju svakom pojedinom korisniku. Mogu se koristiti web oglasi, privatne poruke, društvene mreže i sl. Potrebno je odabrati najbolji način na koji se korisnicima može prenijeti poruka. Poduzeća bi prije kreiranja svoje mrežne stranice trebala odlučiti koja je njezina svrha, što bi trebala sadržavati i kako izgledati. Trebali bi uzeti u obzir i koja je razina informatičke pismenosti potencijalnih korisnika, te njima prilagoditi način kretanja po mrežnoj stranici, sadržaj i način korištenja, a sve sa ciljem kako

bi korisnici mogli brzo i jednostavno pronaći ono što im je potrebno i ponovno se vratiti. Isto tako važno je da se stranica lako pronalazi na web tražilicama.

Specifičnost mrežnih stranica lokalne samouprave je u tome što pružaju informacije i usluge svojim građanima. Grad Vodnjan-Dignano na svojim mrežnim stranicama pruža informacije i usluge građanima, za razliku od poduzeća u čijem je fokusu promocija i prodaja proizvoda i usluga i funkcionalni web shop, odnosno on-line trgovina.

Kada posjetitelji dođu na mrežnu stranicu Grada Vodnjana-Dignano oni traže informacije o tome kako na najlakši i najbrži način mogu riješiti svoj problem. Dakle traže kontakt podatke kako bi mogli kontaktirati službenika koji će im pružiti potrebnu informaciju o tome na koji način mogu ostvariti neko svoje pravo ili zatražiti pružanje određene usluge. Ono što posjetitelje zanima na mrežnoj stranici Grada Vodnjana-Dignano su osnovne informacije o funkcioniranju njihovog grada, poput reda vožnje gradskih autobusa, zatim informacije o upisima u vrtić, uvjetima koji su potrebni da bi se ostvarilo pravo na besplatne udžbenike, radno vrijeme ambulate i ljekarne, lokacija i radno vrijeme gradske knjižnice, informacije o danima u kojima se prikuplja krupni otpad i na koji se način odvaja i reciklira kućni otpad, informacije o raznim manifestacijama koje se održavaju na području grada, te informacije o natječajima i uvjetima sudjelovanja na istima.

U ovom radu je prikazano na koji način Grad Vodnjan-Dignano koristi svoje mrežne stranice kako bi ostvario svoje ciljeve, približio se svojim građanima i pružio posjetiteljima brzu i kvalitetnu uslugu. Putem mrežnih stranica Grada Vodnjana-Dignano posjetiteljima se pružaju usluge i informacije koje ispunjavaju njihove potrebe, stranica se svakodnevno ažurira i pruža uvijek aktualne sadržaje svojim posjetiteljima. Stranica je pregledna kako bi se posjetitelji jednostavno po njoj kretali i pretraživali, te brzo i lako došli do traženih informacija. Koriste se brojne mogućnosti koje pruža moderna tehnologija, kako bi se približili korisnicima i pružili im potrebnu informaciju. Stranica je prilagođena mladim i modernim korisnicima koji se po njoj jednostavno kreću i lako dolaze do željenih informacija.

Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano prati i nove trendove u tehnologiji, prilagođena je zaslonima mobilnih telefona, što znači da joj se može pristupiti u bilo koje vrijeme sa bilo kojeg mjesta. A da bi se još više približili svojim korisnicima i što lakše komunicirali s njima Grad Vodnjan-Dignano vodi i službenu stranicu na društvenoj mreži

Facebook, na kojoj objavljuje sadržaj prilagođen mlađoj populaciji korisnika. Putem društvenih mreža pruža se mogućnost dvosmjerne komunikacije sa građanima.

Iako je Grad Vodnjan-Dignano veoma uspješan u vođenju svojih mrežnih stranica, pruža mu se mogućnost da ukoliko uvede navedene promjene i poboljšanja, da ima još kvalitetniju stranicu koja će posjetiteljima pružati točne i pravovremene informacije i kvalitetnu uslugu, a sve sa ciljem približavanja korisnicima, razumijevanja njihovih potreba i pružanja upravo onakvih usluga i informacija koje će ispuniti njihove potrebe.

Grad Vodnjan-Dignano bi trebao nastojati da se u budućnosti pokuša što više približiti stvaranju takve mrežne stranice koja će biti upravo po mjeri posjetitelja i na kojoj će posjetitelji koristeći se novim i modernim tehnologijama brzo i jednostavno moći doći do željenih informacija.

LITERATURA

Stručna i znanstvena literatura:

1. Alfirević, N. et al: *Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija*, Školska knjiga d.d. i Institut za inovacije, Zagreb, 2013.
2. Deans, P. Candace: *Social Software and Web 2.0. Technology Trends, Chapter III: A Strategic Framework for Integrating Web 2.0. into the Marketing Mix*, Information Science Reference, Hershey, New York, 2009.
3. Kalakota, R.; Robinson, M.: *e-Poslovanje 2.0. – vodič ka uspjehu*, Mate d.o.o., Zagreb, 2002.
4. Kolaković, M.: *Virtualna ekonomija*, Strategija d.o.o., Zagreb, 2010.
5. Košak, B.; Tomiša, M.; Čačić, M.: "Statičko i dinamičko upravljanje web sadržajem", Tehnički glasnik 9, 1 (2015), p. 77-83
6. Lonza, N.; Jelinčić, J.: *Vodnjanski Statut – Statuto di Dignano MCDXCII, Kolana od Statuti, knjiga II.*, Grad Vodnjan-Dignano i Državni arhiv u Pazinu, Denona d.o.o., Zagreb, 2010.
7. Panian, Ž.: *Odnosi s klijentima u E-poslovanju*, Sinergija – nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2003.
8. Panian, Ž.: *Elektroničko trgovanje*, Sinergija – nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2000.
9. Panian, Ž.: *Izazovi elektroničkog poslovanja*, Narodne novine d.d., Zagreb, 2002.
10. Pavičić, J.: *Strategija marketinga neprofitnih organizacija*, Masmedia d.o.o., Zagreb, 2003.
11. Perko Šeparović, I.: *Izazovi javnog menadžmenta – dileme javne uprave*, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2006.
12. Previšić, J.; Ozretić Došen, Đ.: *Marketing, II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje*, Adverta, Zagreb, 2004.
13. Ružić, D.; Biloš, A.; Turkalj, D.: *E-marketing, III. izmijenjeno i prošireno izdanje*, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2014.
14. Ružić, D.: *Marketinške mogućnosti Interneta: e-commerce, e-advertising*, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2000.
15. Srića, V; Muller, J.: *Put k elektroničkom poslovanju*, Sinergija – nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2001.

Internetske stranice:

1. *Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano*, Dostupno na: <http://www.vodnjan.hr/>
2. *Statut Grada Vodnjana-Dignano*, („Službene novine Grada Vodnjana-Dignano“, broj 02/09 i 02/10), Dostupno na: <https://goo.gl/YEk3H3> (Pristupljeno 01.10.2016. i 19.02.2017.)
3. *Ustav Republike Hrvatske (pročišćeni tekst) (NN 44/01)*, Dostupno na: <https://goo.gl/8HoQzL> (Pristupljeno 05.08.2017.)
4. *Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi (NN 33/01)*, Dostupno na: <https://goo.gl/uxuT3E> (Pristupljeno 05.08.2017.)
5. *Hrvatsko dizajnersko društvo, Novi vizualni identitet Grada Vodnjana-Dignano*, Dostupno na: <https://goo.gl/M2W5qH> (Pristupljeno 19.02.2017.)
6. *Responsive web design*, Dostupno na: <https://goo.gl/1xDJtt> (Pristupljeno 18.09.2017.)

POPIS SLIKA

Slika br. 1.: Primjer responzivnog dizajna web-sjedišta	16
Slika br. 2.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine	21
Slika br. 3.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine (na talijanskom jeziku)	22
Slika br. 4.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2015. godine – prikaz na zaslonu mobilnih telefona (na hrvatskom i talijanskom jeziku)	24
Slika br. 5.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine	28
Slika br. 6.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine (na talijanskom jeziku)	29
Slika br. 7.: Mrežna stranica Grada Vodnjana-Dignano iz 2017. godine - prikaz na zaslonu mobilnih telefona	37
Slika br. 8.: Službena stranica Grada Vodnjana-Dignano na društvenoj mreži Facebook ...	38
Slika br. 9.: Službena stranica Grada Vodnjana-Dignano na društvenoj mreži Facebook – prikaz na zaslonu mobilnih telefona	39

POPIS TABLICA

Tablica br. 1.: Usporedba Web 1.0, Web 2.0 i Web 3.0. alata	11
---	----